



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Hotelería

## **Diagnóstico de posicionamiento competitivo del hostel Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciatura en Hotelería

Autoras:

Mirian Janneth Cando Calle

CI: 0302070792

Rosa Alexandra Correa Armijos

CI: 0704797786

Directora:

Mg. Ana Lucia Serrano López

CI: 0103086492

**Cuenca, Ecuador**

24/07/2019



## **Resumen:**

En la presente investigación se realizará un diagnóstico de posicionamiento competitivo, para el hostel Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca. Fue estructurado en tres etapas siendo las siguientes: situacional actual, estudio del mercado y finalmente, diagnóstico del nivel de posicionamiento del hostel Posada del Ángel.

En el primer objetivo se delimitará el área de estudio partiendo desde la ubicación del Hostel con relación a los centros de alojamiento en la ciudad, también se efectuará un análisis interno y externo del establecimiento utilizando entrevistas con el personal, que permitirán obtener un estudio técnico con información de la situación actual del establecimiento. Además, se elaborará un portafolio de servicios y facilidades del hostel con sus respectivas tarifas, se estudiará la demanda histórica, actual y potencial. Para lo cual también se determinará el perfil del visitante que se hospeda en el establecimiento hotelero.

En el segundo objetivo de estudio se planteará el diseño con encuestas de la percepción que tiene el cliente interno y externo frente al establecimiento, para lograr un diagnóstico de posicionamiento del hostel frente a su competencia directa, también se realizará un estudio de mercado meta para conocer cuáles son las preferencias de los huéspedes, y de esa manera puedan crear mejoras al lugar y asimismo reconocer las fortalezas y debilidades que tiene el establecimiento en la actualidad.

En el tercer y último objetivo se formulará estrategias de marketing, manejando el método CANVAS, FODA y fuerzas de Porter, por lo cual el establecimiento a futuro podrá elaborar mejoras para el hostel, como la implementación de un plan publicitario, rediseño de trípticos promocionales, de una página web y redes sociales, para poder establecer estrategias de marketing mix, y de esa manera incrementar ventas. Dentro de los resultados se establecerá la factibilidad de la elaboración del diagnóstico de posicionamiento ya que esté presenta un desconocimiento de su potencial y nivel de competitividad como centro de hospedaje en el mercado cuencano.

**Palabras claves:** posicionamiento, diagnostico, hotel, hostel, marketing, estrategias



## Abstract:

University of Cuenca

### Abstract

The present research work will make a diagnosis of competitive positioning for Hostal Posada del Angel in the tourism market of Cuenca. It was structured in three stages, being the following: state of the art, study of the market, and finally, diagnosis of the positioning level of the Hostal Posada Del Angel.

In the first objective, the area of study is delimited by starting with the location of the Hostal with relation to other accommodation centers in the city, an internal and external feature analysis will be conducted using interviews with staff that will allow to obtain a technical study with information of the current situation of the establishment. In addition, a portfolio of services and facilities of the hostel with their respective rates will be developed, consideration will be given to the historical demand, current and potential. It will also determine the visitor profile that is hosted in the lodging establishment.

The second objective of study will consider the design with surveys of the internal and external client perception of the property, in order to achieve a positioning diagnosis of the hostel as compared with its direct competition; there will also be a study of target market to know what the guest preference are at present, so they can create improvements to the site and also recognize the current strengths and weaknesses of the establishment.

The third and final objective is to formulate marketing strategies, handling the CANVAS method, SWOT, and Porter forces, through which, the establishment may develop enhancements in the future, such as the implementation of an advertising plan, the redesign of promotional brochures, a website and social networks in order to establish strategies of marketing mix, and thus increasing sales. Within the results, the feasibility of making the positioning diagnosis will be established since there is a lack of knowledge of their potential and level of competitiveness as a center of lodging in the market of Cuenca.

Keywords: positioning, diagnosis, hotel, hostel, marketing, strategies

### Certificado de precisión FCH-TR-031

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.


  
guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 11 de junio de 2019

cc. Archivo

Elaborado por: GEAV

  
Mirian Cando.

 11-Junio-2019 3h:40.  
Recibido por nombre, firma, fecha y hora



## Índice del Trabajo

Índice de figuras .....	8
Índice de tablas.....	9
DEDICATORIA.....	14
DEDICATORIA.....	15
AGRADECIMIENTO .....	16
CAPÍTULO 1: HISTORIA DE LA HOTELERÍA EN EL ECUADOR .....	18
1.2 Análisis actual de la hotelería en la ciudad de Cuenca .....	20
1.3 Conceptos.....	21
1.3.1 Hostal .....	21
1.3.2 Alojamiento .....	22
1.3.3 Actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico .....	22
1.3.4 Establecimiento de alojamiento turístico .....	22
1.3.5 Establecimiento de alojamiento turístico con distintivo superior .....	22
1.3.6 Hospedaje .....	23
1.3.7 Huésped .....	23
1.3.8 Servicios complementarios .....	23
1.3.9 Amenities .....	23
1.3.10 Posicionamiento .....	24
1.4. Mercado turístico .....	24
1.4.1 Mercado turístico de Cuenca .....	24
1.5 Estimación del total de huéspedes nacionales y extranjeros .....	25
1.5.1 Procedencia de los visitantes de las principales ciudades del Ecuador .....	25
1.6. Historia de la hotelería en la ciudad de cuenca.....	26
1.7 Clasificación de hoteles .....	27
1.8 Clasificación de Hostales y Pensiones .....	28
1.8.1 Tres estrellas .....	28
1.8.2 Dos estrellas.....	28
1.8.3 Una estrella.....	28
1.9 Datos generales del Hostal Posada del Ángel.....	28
1.10 Breve historia de Hostal .....	29



1.10.1 Ubicación .....	29
1.11 Distribución de habitación del Hostal Posada del Ángel.....	29
<b>CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>31</b>
2.1 Matriz FODA del Hostal Posada del Ángel .....	32
2.1.1 Fortalezas .....	33
2.1.2 Oportunidades.....	33
2.1.3 Debilidades .....	34
2.1.4 Amenazas .....	35
2.2 Análisis de la oferta .....	36
2.2.1 Oferta hotelera en la ciudad de Cuenca .....	36
2.2.2 Factores que afectan a la oferta .....	38
2.3 Análisis benchmarking o competencia del Hostal Posada Cuencana y Hostal Inés María.....	39
2.3.1. Benchmarking competitivo .....	39
2.4 Análisis de la competencia o benchmarking “Hostal Posada Cuencana” ....	40
2.4.1 Instalaciones y servicios .....	40
2.4.2 Tarifas .....	40
2.5 Análisis de la competencia o benchmarking “Hostal Inés María” .....	41
2.5.2 Tarifas .....	41
2.6 Diagnóstico situacional actual del Hostal Posada del Ángel .....	43
2.7 Matriz CANVAS .....	43
2.8 Fuerzas de Porter .....	44
2.8.1 Nuevos competidores.....	45
2.8.2 Compradores.....	46
2.8.3 Productos sustitutos .....	46
2.8.4 Proveedores .....	46
2.8.5 Rivalidad y competencia del mercado .....	46
2.9 Marketing mix .....	47
2.10.1 Producto .....	48
2.10.2 Precio .....	49
2.10.3 Plaza .....	50



2.10.4 Publicidad .....	50
2.10.5 Promoción .....	51
2.10.6 Procesos .....	52
2.10.7 Personal .....	53
2.11 Análisis interno .....	53
2.11.1 Misión .....	53
2.11.2 Visión .....	54
2.11.3 Objetivos del Hostal Posada del Ángel .....	54
2.11.4 Organigrama .....	54
2.11.5 Área Administrativa .....	55
2.11.6 Talento Humano .....	56
2.12 Análisis del portafolio de facilidades y servicio .....	57
2.12.1 Alojamiento .....	57
2.12.2 Alimentación .....	58
2.12.3 Servicios .....	59
2.13 Análisis externo .....	59
2.13.1 Análisis de factores externos .....	60
2.14 Plantear el diseño de estudio con encuesta de las percepciones del público interno y externo .....	61
2.15 Exposición de los resultados de las encuestas .....	61
2.16 Creación del perfil del usuario de Posada del Ángel .....	71
2.20 Análisis de la demanda .....	75
2.20.1 Clasificación de la demanda .....	75
2.20.2 Demanda turística real .....	75
2.20.3 Demanda turística suprimida .....	75
2.20.4 Comportamiento actual de la demanda .....	76
2.20.5 Clasificación de la demanda de Hostal Posada del Ángel .....	77
2.20.6 Segmentación de mercado .....	77
2.20.7 Perfil del visitante .....	77
<b>CAPÍTULO 3: ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR EL POSICIONAMIENTO DEL HOSTAL POSADA DEL ÁNGEL .....</b>	<b>78</b>



<b>3.1 Estrategias a corto plazo</b>	<b>79</b>
<b>3.1.1 Propuesta de Marketing interno para empleados (Método Pest)</b>	<b>80</b>
<b>3.1.2 Factores políticos</b>	<b>80</b>
<b>3.1.3 Factores Económicos</b>	<b>81</b>
<b>3.1.4 Factores Sociales</b>	<b>82</b>
<b>3.1.5 Factores tecnológicos</b>	<b>82</b>
<b>3.1.6 Factores ecológicos.</b>	<b>83</b>
<b>3.2 Capacitaciones al personal</b>	<b>83</b>
<b>3.3 Motivación</b>	<b>83</b>
<b>3.4 Estrategias a mediano plazo</b>	<b>84</b>
<b>3.4.1 Promoción</b>	<b>84</b>
<b>3.4.2 Convenios</b>	<b>86</b>
<b>3. 5 Análisis Marca</b>	<b>86</b>
<b>3.6 Estrategia a largo plazo</b>	<b>87</b>
<b>3.7 Programa de acción de las estrategias</b>	<b>87</b>
<b>3.7.1 Programa de acción de estrategias</b>	<b>87</b>
<b>3.7.2 Estrategias de producto</b>	<b>88</b>
<b>3.7.3 Promoción</b>	<b>88</b>
<b>3.8 Estrategias de precio</b>	<b>91</b>
<b>3.9 Estrategias de plaza</b>	<b>91</b>
<b>3.10 Estrategias de promoción</b>	<b>92</b>
<b>3.11 Estrategia de procesos</b>	<b>92</b>
<b>3.12 Rediseño de tríptico promocional</b>	<b>93</b>
<b>3.13 Creación de página web y redes sociales</b>	<b>96</b>
<b>3.14 Evaluación y control</b>	<b>98</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>100</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>101</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>102</b>
<b>4. Anexos</b>	<b>109</b>
<b>4.1 Diseño de tesis aprobado</b>	<b>113</b>



## Índice de figuras

<i>Figura 1. Matriz CANVAS del Hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir del esquema del modelo CANVAS por (Osterwalder &amp; Pigneur, 2011). .....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 2. Fuerzas de Porter del Hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de la información del esquema de fuerzas de Porter esquema creado por (Porter, 2008). 45</i>	<i>45</i>
<i>Figura 3. Esquema de aplicación Siete P's. Elaboración propia a partir de la información del libro de marketing: planeación estratégica, de la teoría a la práctica. ....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 4. Ubicación del Hostal Posada del Ángel imagen obtenida de Google maps. ..</i>	<i>51</i>
<i>Figura 5. Organigrama del Hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de la entrevista realizada a Ángela Hernández. ....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 6. Página de Facebook de la Hostal Posada del Ángel. Las autoras de este trabajo de investigación crearon la página de Facebook para el hostal Posada del Ángel. ....</i>	<i>85</i>
<i>Figura 7. Tríptico actual de la Posada del Ángel. Elaboración del Hostal Posada del Ángel. ....</i>	<i>94</i>
<i>Figura 8. Propuesta de tríptico rediseñado. Elaboración propia partir del diseño actual del tríptico del establecimiento. ....</i>	<i>95</i>
<i>Figura 9. Página web del hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de la información recaudada en el Hostal Posada del Ángel. ....</i>	<i>96</i>





## Índice de tablas

<i>Tabla 1</i> .....	27
<i>Tabla 2</i> .....	30
<i>Tabla 3</i> .....	37
<i>Tabla 4</i> .....	40
<i>Tabla 5</i> .....	41
<i>Tabla 6</i> .....	42
<i>Tabla 7</i> .....	47
<i>Tabla 8</i> .....	50
<i>Tabla 9</i> .....	56
<i>Tabla 10</i> .....	62
<i>Tabla 11</i> .....	63
<i>Tabla 12</i> .....	64
<i>Tabla 13</i> .....	64
<i>Tabla 14</i> .....	65
<i>Tabla 15</i> .....	65
<i>Tabla 16</i> .....	66
<i>Tabla 17</i> .....	66
<i>Tabla 18</i> .....	67
<i>Tabla 19</i> .....	68
<i>Tabla 20</i> .....	68
<i>Tabla 21</i> .....	69
<i>Tabla 22</i> .....	69
<i>Tabla 23</i> .....	70
<i>Tabla 24</i> .....	70
<i>Tabla 25</i> .....	71
<i>Tabla 26</i> .....	73
<i>Tabla 27</i> .....	74
<i>Tabla 28</i> .....	81
<i>Tabla 29</i> .....	99



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Mirian Janneth Cando Calle en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “ Diagnostico de posicionamiento competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 25 de Julio de 2019

---

Mirian Janneth Cando Calle

C.I: 0302070792



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Mirian Janneth Cando Calle, autora del trabajo de titulación "Diagnostico de posicionamiento competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 25 de Julio de 2019

Mirian Janneth Cando Calle

C.I: 0302070792



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Rosa Alexandra Correa Armijos en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación " Diagnostico de posicionamiento competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 25 de Julio de 2019

Rosa Alexandra Correa Armijos

C.I: 0704797786



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Rosa Alexandra Correa Armijos, autora del trabajo de titulación "Diagnostico de posicionamiento competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 25 de Julio de 2019

Rosa Alexandra Correa Armijos

C.I: 0704797786



## DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y perseverancia de todos estos años de estudio se lo dedico a Dios, por ser el pilar fundamental en mi vida, por haberme brindado la oportunidad de culminar mi carrera con amor, salud y en familia, segundo a mis padres Rosa Calle Antonio Cando, y hermanos, por el apoyo que siempre me han brindado en todo este tiempo de preparación académica, por que son mi fuente de inspiración y motivación de mi vida diaria, además de enseñarme a nunca rendirme en mis metas y sueños.

A mis amigos, futuros colegas a ustedes team Watson's, que día a día en la facultad siempre me brindaron apoyo en todo este periodo de la Universidad. En especial a mi compañera de tesis y hermana de corazón Rosa Correa por su amistad sincera durante estos años.

Finalmente, a Ángeles Hernández y al personal de trabajo del Hostal Posada del Ángel, por permitir que se realice este proyecto de titulación dentro de este establecimiento hotelero.

Mirian Cando Calle.



## DEDICATORIA

Mi esfuerzo le dedico a Dios en primer lugar por haber culminado una etapa en mi vida profesional.

A mis padres Juan Correa y Rosa Armijos y mis hermanos por el fuerza inmenso de apoyarme moral, emocional y económicamente en mis estudios, gracias por esa confianza que me han dado en todos años de mis estudios, por siempre motivarme a seguir adelante y no abandonar mis estudios a pesar de la distancia.

A mis amigos que siempre me dieron esos ánimos de seguir con la tesis y mi gato Lalo.

A Ángeles, la dueña del hostel por habernos dado la oportunidad de aceptarnos para realizar nuestra tesis en su establecimiento y a todo el personal del mismo.

A mi amiga de tesis por apoyarme, por la confianza que depósito en mí para realizar ambas la tesis, por la paciencia y todo lo demás que pasamos en el proceso de la tesis

Rosa Correa Armijos



## AGRADECIMIENTO

Nuestros agradecimientos a nuestro Dios y segundo a nuestros padres por darnos la oportunidad de vivir, su apoyo, su amor, su tiempo, sus esfuerzos y más, para poder cumplir con esta etapa estudiantil.

A la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad y a todos sus docentes por permitirnos poder continuar con nuestros estudios y desarrollar nuevas habilidades y conocimientos, en el área y de la Hospitalidad a lo largo de nuestra vida universitaria.

En especial a nuestra tutora de tesis Mgst. Ana Lucía Serrano por brindarnos su apoyo y tiempo en el desarrollo de este proyecto de titulación, gracias por su empeño, compartir sus conocimientos y experiencia, en esta área de estudio.

Al Hostal Posada del Ángel por permitirnos realizar este proyecto de titulación y además por siempre estar dispuestos a ayudarnos con información y compartirla.





## INTRODUCCIÓN

Los establecimientos hoteleros en la actualidad necesitan estar informados de la percepción que el cliente tiene acerca de ellos, esto permite que la empresa obtenga un nivel de posicionamiento en la mente del público y por ende permite saber el nivel de competitividad sobre los demás alojamientos en el mercado. El objetivo de esta investigación es determinar en qué ranking y reconocimiento que se encuentra el hostel, frente a los demás establecimientos hoteleros de tercera y cuarta categoría dentro de la ciudad de Cuenca.

Este tema se expone por el motivo de que cuando se realizó las prácticas pre profesionales dentro del establecimiento en estudio, se pudo observar que en el mes de agosto y septiembre el hostel en todos sus días tuvo un nivel alto de ocupación mientras que en los meses de febrero y marzo no se obtuvo el mismo nivel, pero si un 50% de ocupación y disponibilidad, por lo cual los propietarios se cuestionaban qué nivel de competitividad y preferencia posee el lugar frente a otros centros de hospedaje, también en el ámbito de publicidad y manejo de página web, aunque cabe mencionar que en redes sociales presenta poca actividad.

El motivo de la investigación es presentar información verídica para el conocimiento de los propietarios del establecimiento, además proporcionar un diagnóstico del nivel competitivo que tiene el hostel en el mercado y así poder, llegar a una conclusión y recomendaciones para el alojamiento, y aportar en una mejora continua al mismo.

El posicionamiento se complementa junto con la oferta y la demanda que proporcionan a sus huéspedes información, además permitirá determinar el nivel que éste ocupa, en servicio, calidad, confort entre otros, que brinda el hostel a sus clientes para poder posteriormente aplicar las estrategias respectivas para poder mejorarlas.

En Cuenca existe gran oferta de establecimientos hoteleros que prestan servicios de alojamiento, pero la carencia de conocimiento del nivel de posicionamiento competitivo de estos no permite que se comercialicen de manera adecuada en el mercado local. Esta es una problemática que padecen la gran mayoría de los alojamientos en la ciudad, debido las falencias de mercadeo.



# **CAPÍTULO 1: HISTORIA DE LA HOTELERÍA EN EL ECUADOR**



## 1. Historia de la hotelería en el Ecuador

La historia de la hotelería en el Ecuador inicia junto con la fundación las ciudades principales del país: Quito y Guayaquil, aquí se encontraron los primeros establecimientos; estos eran pensiones y casas particulares, la cual abrió las puertas para la creación de los hoteles.

Muchos de estos hoteles se situaron en zonas estratégicas como: puertos, entrada de las ciudades y estaciones de trenes e hizo que se desarrollara el comercio de la ciudad de visita.

Como menciona la Federación Hotelera del Ecuador (2009) “En la ciudad de Guayaquil para los años del 1820”, en ese tiempo la ciudad se encontraba con planes de independencia y el gobernador en esa época el Sr. Juan Mendiburu dijo a sus familias de clase alta que proporciona alojamientos a todos los oficiales que están en dicho proceso. Asimismo, en el tomo 1 la Federación Hotelera del Ecuador la del año (2008) “en la década de los XVIII” en donde fue la migración europea a la ciudad permitió crear nuevos hoteles los más destacados fueron: Hotel Tivoli: fundado en 1918 por el Sr Leo Mesticéis; Hotel Ritz: fundado en 1920 por Andre Gentile y Pascuale Ditto; Hotel España: fundado por Luiggi Pippa en 1922; Hotel Pacífico: fundado en 1939 y Hotel Continental: fundado en 1950; de restaurantes, bares y dulcerías. Por otra parte, se desconoce cómo inició la hotelería en Quito y el resto de las ciudades, lo que se dice es que los viajeros descansaban en casas de familia o pensiones humildes, sin embargo en el tomo 1 la Federación Hotelera del Ecuador (2008) en “la revista Turismo y Comercio” expone que los primeros hoteles en Quito fueron: Quito Hotel: creado en el siglo XX; Hotel Metropolitano creado en los años 40; Hotel Humbolt creado en los años 40 y 50; Hotel Majestic creado en el año 1943. Esto provocó que año tras año la hotelería ha incrementado en todo el país, lo cual llevó como consecuencia a que un grupo de empresarios hoteleros guayaquileños fundaran una organización nacional del sector hotelero en el año 1955, y en el año 1987 está creció notablemente, dicha organización se la conoce como Asociación Hotelera del Guayas y para el año 2010 cuenta con 22



hoteles afiliados. A partir del 2010 en Guayaquil se han creado diferentes tipos de hoteles como: en precio, estructura y ubicación. Igualmente, dentro del país se cuenta con una organización esta lleva el nombre de Asociación Hotelera del Ecuador (AHOTEC), su sede principal se encuentra en Quito.

La asociación fue creada con el objetivo de defender los derechos de los hoteles frente a organismos públicos y privados. Así pues, los hoteles que quieran pertenecer a esta organización deberán ofrecer servicios de: alojamiento y alimentación y pertenecer al grupo de asociaciones hoteleras de sus respectivas provincias, los miembros reciben beneficio como: Contar con información de las actividades que se realizan en el país, participar en opiniones, Información confidencial sobre clientes o empleados que actúen indebidamente, Pertenecer al único organismo gremial hotelero reconocido a nivel nacional e internacional (HotelesEcuador.com, 2010).

## **1.2 Análisis actual de la hotelería en la ciudad de Cuenca**

La industria del alojamiento provee servicio o producto a los huéspedes durante su estancia, ya sea corta o larga en un sitio determinado, se encuentra una amplia variedad de productos turísticos y hoteleros relacionados a la prestación de servicios, dirigidos a un huésped de los diferentes targets, en la actualidad las diferentes necesidades de los clientes han provocado que exista, una diversidad de alojamientos en nuestra ciudad, hay desde casas de huéspedes hasta hoteles de cadenas de lujo.

Como se menciona en el Boletín de indicadores turístico del cantón Cuenca, existe una gran variedad de establecimientos hoteleros dentro de la ciudad con los siguientes hostales con un porcentaje con un 56%, seguido por Hoteles con 34%, Hoteles Boutique con 4%, Hosterías con 3%, finalmente Casa de Huéspedes y Apartamentos turísticos con 1% (Serrano, y otros, 2018).

En consecuencia, la ciudad presenta una gran oferta de centros de hospedaje, así mismo el mercado turístico que se entiende como la amplitud de la demanda ya que el producto turístico supera sus fronteras físicas, el producto turístico no se desplaza, sino que es el turista el que busca de un determinado producto (Publicaciones Vertices S.L.,



2008). En la ciudad de Cuenca el mercado turístico está en un constante crecimiento por la visita de turistas de todo el mundo. Existe una gran variedad de centros de alojamiento para todos los gustos y preferencias de los turistas.

Según el Reglamento general de actividades turísticas capítulo 1 artículo 1 define a los alojamientos como viviendas habitualmente dedicadas a proveer a las personas alojamiento a un precio accesible, incluyendo o no otros servicios adicionales, según el (Ministerio de Turismo , 2002).

### **1.3 Conceptos.**

De acuerdo con el libro técnico en hotelería y turismo del autor Villena (2003) “Sostiene que la hotelería, es el conjunto de todos los establecimientos de alojamiento prestan servicios de hospedaje y restauración, con o sin otros servicios complementarios a cambio de un costo”.

Así, el concepto de hotelería hace referencia a aquellos establecimientos que brindan servicios de alojamiento y alimentación dentro y fuera de la ciudad de manera permanente y legal a visitantes internacionales y nacionales, a cambio de remuneración por los servicios prestados.

#### **1.3.1 Hostal**

En cuanto a la definición de este concepto que esta descrito en el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo III de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico artículo 12 literal b es un edificio ocupado en su totalidad como centro de hospedaje turístico que posee servicios de alojamiento en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño privado o compartido, puede ofrecer alimentos y bebidas a sus huéspedes. “Contará con 5 habitaciones como mínimo” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 8 ).



### **1.3.2 Alojamiento**

El alojamiento consiste en el ejercicio de hospedar o alojar a las personas o turistas que visitan un destino turístico y pernotan o acampan en él, en una cierta temporada de vacaciones en familia o amigos (Pérez & Gardey , 2010).

### **1.3.3 Actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico**

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 1 señala que la actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico radica en la “prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente”, tanto a personas nacionales o extranjeros, la misma puede ser desarrollada por individuos naturales o jurídicos, determinados en el Reglamento (Ministerio de Turismo, 2015, p. 3).

### **1.3.4 Establecimiento de alojamiento turístico**

Como menciona en el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 14 un establecimiento de alojamiento turístico es considerado como una forma de negocio el mismo que deberá “obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento expedida por la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados; estará destinada al hospedaje no permanente de turistas, y ofrecerá servicios complementarios” (Ministerio de Turismo, 2015,p. 3 ).

### **1.3.5 Establecimiento de alojamiento turístico con distintivo superior**

Como nos indica en el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 15 este tipo de establecimiento de alojamiento turístico a más de cumplir con los “requisitos obligatorios y de categorización para registrarse, cuenta con requisitos distintivos adicionales” que le sirven para obtener la condición de “Superior” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 3).



### **1.3.6 Hospedaje**

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 19 se considera hospedaje al servicio que proporciona un “establecimiento de alojamiento turístico no permanente para que una o varias personas puedan pernoctar a cambio de un valor diario establecido” (Ministerio de turismo, 2015, p. 4).

### **1.3.7 Huésped**

Como indica en el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 20 huésped son las “personas nacionales o extranjeras que pernoctan de forma no permanente”, en cualquier establecimiento de alojamiento turístico para lo cual debe cancelar un valor previamente pactado (Ministerio de Turismo, 2015, p. 4).

### **1.3.8 Servicios complementarios**

Como indica en el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 26 son los servicios que brinda el “establecimiento de alojamiento turístico adicionales al servicio de hospedaje, los mismos pueden ser gratuitos u onerosos; entre ellos tenemos: bares, restaurantes, gimnasio, lavado y planchado, entre otros” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 4).

### **1.3.9 Amenities**

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo I artículo 3 literal 2 “se considera amenities a los artículos de limpieza y cuidado personal en los que consta la marca del establecimiento hotelero que son entregados como cortesía a los huéspedes” (Ministerio de Turismo, 2015, p. 3).



### **1.3.10 Posicionamiento**

En cuanto al concepto de posicionamiento: “Se refiere a lo que hace con la mente de los futuros clientes a las que se quiere influir, empieza con el producto o servicio es decir cómo se ubica el producto en la mente de éstos. El posicionamiento de un producto se realiza con el propósito de conseguir una posición valiosa en la mente del cliente en perspectiva.” A opinión el posicionamiento así también lo primero que viene a la mente cuando se requiere adquirir u producto o servicio frente a otros que ofrezcan un mismo producto según como menciona (Rise & Trout, 2002).

### **1.4. Mercado turístico**

En cuanto a mercado turístico según el sitio web de Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas es la relación directa de la oferta de servicios o productos turísticos y la demanda por la necesidad de los clientes de adquirir un producto o servicio para disfrutar (Mamani Villasante, 2017).

#### **1.4.1 Mercado turístico de Cuenca**

El mercado turístico de Cuenca lo integran todos los productos turisticos que según De Borja define: “Producto turistico como un conjunto de factores materiales e inmateriales que pueden comercializarse aislados o agregados, según que el turista solicite una parte o de los servicios ofertados que se consumen en presencia del cliente en el marco de una zona turistica receptiva y cubra las necesidades vacacionales y de ocio del turista” (De Borja Solé, Casanovas, & Bosch, 2002).

Asi turistas nacionales e internacionales mediante la oferta que brinda la ciudad con estos productos, en lugares histórico de interes como iglesias, casas coloniales, museos, mercados, parques y tiendas de artesanias, se complementan con la demanda de los visitantes a estos lugar para adquirirlos y conocer satisfaciendo sus necesidades.





## **1.5 Estimación del total de huéspedes nacionales y extranjeros**

En cuanto a la estimación total de los huéspedes alojados en centros de hospedaje de todas las categorías, de acuerdo al boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca se expone.

En el catastro del año 2015, de acuerdo a la información brindada por 126 establecimientos de alojamiento, en el período octubre 2015 a diciembre 2016. Se define el promedio de extranjeros que arribaron a Cuenca por mes fue de 8.429 personas, mientras que Turistas nacionales usaron servicios de hospedaje por mes con unos 18.595 huéspedes, mensualmente se estimó que se hospedaron 6.756 extranjeros y 16.617 ecuatorianos. Además, se estimó que en el año 2016 se hospedaron 88.788 extranjeros y 20.1372 ecuatorianos (Serrano, y otros, 2018).

### **1.5.1 Procedencia de los visitantes de las principales ciudades del Ecuador**

Para empezar, se analizó en el boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca “Con un total de 602 entrevistas. Conviene subrayar que se selecciona las ciudades con al menos 4 frecuencias, por lo cual solo se cuenta aquellos que pernoctan al menos una noche con un total de 491 visitantes de 11 diferentes ciudades del país. Indica que el 36,25% proviene de Guayaquil, el 28,51% de Quito, 11,81% de Machala, 10,18% de Loja y un 10% entre: Ambato, Portoviejo, Manta, Riobamba, Esmeraldas, Macas y Pasaje, pero el 37,88% de los visitantes escogen ir a casas de amigos o familiares, el 1,63% se hospeda en casas de renta, departamentos y otras. Por otro lado, los establecimientos regulados del hospedaje son utilizados por el 76%, poniendo como preferencia a los hoteles para hospedaje con el 27.9% y principalmente por los quiteños” (Serrano, y otros, 2018).



## 1.6. Historia de la hotelería en la ciudad de cuenca

La historia de la hotelería dentro de Cuenca, según diario el Universo (2009) en un artículo menciona que “data desde 1780 con la Casa de la Posada, el nombre se da porque está ubicada en el ingreso noroccidental de la ciudad y cuya renovación concluyó en diciembre del 2006. Por su número de habitaciones se comprobó que el lugar de procedencia de los huéspedes era de la costa, fue por esa razón que los morlacos la bautizaron con ese nombre. En la actualidad alberga al Centro Cultural Municipal Casa de las Posadas, en cuyo patio delantero se encontraron cobertizos para acémilas, que era el único transporte que se usaba para llegar desde otras provincias y sectores rurales. Además, cuenta con un auditorio, biblioteca con documentos para consulta de los visitantes, especialmente de historia y cultura local, regional y nacional. Hay además una galería donde el artista Marco Serrano expone sus obras en acuarela y acrílico.

Por otra parte, la Federación Hotelera del Ecuador tomo 3 redacta que “En el año de 1920 se crea en la ciudad un hotel con todos los servicios necesarios, llamado HOTEL ROYAL y que pertenecía el Sr. Miguel Deidán, se comenzaron a construir hoteles en la ciudad en el año 1930 algunos de ellos: Hotel Viena, aquí se hospedaban personas que venían de otros países para estudiar en la Universidad de Cuenca. Otros hoteles como el Hotel Patria, Hotel Internacional, Hotel Paris, Hotel la Laguna, etc. Uno de los hoteles más antiguos dentro de la ciudad es el hotel Crespo en el año 1943 perteneciente a la familia Crespo Heredia. En los años 50 llega a la ciudad el Sr. Henry Kooperman en 1959 para crear el Hotel Majestic, después de varios años se inaugura Hotel Cuenca la cual se destaca por ser el primero en ofrecer comida internacional. Luego de varios años crearon el hotel “El Dorado” por el Señor. Guillermo Vázquez y el Señor Salvador Pacheco Mora, este ofrecía servicios a nivel internacional. Esto está basado en la (Revista Turismo y Comercio, 2010).

Cabe destacar que en estos últimos 10 años los hoteles que se han resaltado en la ciudad son: Mansión Alcázar y Santa Lucía, o los hoteles coloniales construidos en casas antiguas como Posada del Ángel, Casa del Águila y San Andrés.



## 1.7 Clasificación de hoteles

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico capítulo III De la Clasificación y Categorización de los Establecimientos de Alojamiento Turístico artículo 12 menciona de la siguiente manera como se puede observar en la tabla 1: (Ministerio de Turismo, 2015, p. 8).

*Tabla 1*

*Clasificación y nomenclatura establecimientos de alojamiento*

**Clasificación y nomenclatura establecimientos de alojamiento**

<b>Clasificación</b>	<b>Nomenclatura</b>
<b>a) Hotel</b>	H
<b>b) Hostal</b>	HS
<b>c) Hostería</b>	HT
<b>d) Hacienda Turística</b>	HA
<b>e) Lodge</b>	L
<b>f) Resort</b>	RS
<b>g) Refugio</b>	RF
<b>h) Campamento Turístico</b>	CT
<b>i) Casa de Huéspedes</b>	CH

Nota: Elaboración propia con base a la información del Reglamento de Alojamiento Turístico (Ministerio de Turismo, 2015, p. 8).



## **1.8 Clasificación de Hostales y Pensiones**

En el reglamento general de actividades turísticas: El sistema de clasificación de estrellas tiene como objetivo jerarquizar los hostales de acuerdo a sus servicios y facilidades que brinden a sus huéspedes de acuerdo al (Ministerio de Turismo, 2008).

### **1.8.1 Tres estrellas**

En el reglamento general de actividades turísticas: Este establecimiento de esta categoría tendrá un recepcionista con experiencia que posea conocimientos en inglés. A demás a su cargo debe estar el botones y el mensajero. La limpieza de habitaciones estará cargo de la camarera. Deberá contar con un comedor, el cual estará atendido por personal. Contará con una lavandería para el lavado y planchado de la lencería de cama. Tendrá que existir un teléfono al público en recepción y botiquín de emergencia (Ministerio de Turismo, 2008).

### **1.8.2 Dos estrellas**

En el reglamento general de actividades turísticas: Esta categoría debe contar con un recepcionista con experiencia. La limpieza de habitaciones está a cargo de la camarera. Deberá contar con un comedor, el cual estará atendido por personal. Contará con una lavandería para el lavado y planchado de la lencería de cama. Tendrá que existir un teléfono al público en recepción y botiquín de emergencia (Ministerio de Turismo, 2008)

### **1.8.3 Una estrella**

En el reglamento general de actividades turísticas: En esta categoría debe existir una persona que se haga cargo de la recepción, comedor y limpieza. Teléfono público en la recepción y botiquín de emergencia (Ministerio de Turismo, 2008).

## **1.9 Datos generales del Hostal Posada del Ángel**

Según lo mencionado por A. Hernández: El nombre de la empresa Hotelera es Hostal Posada del Ángel, su representante legal es el señor Daniel Hernández Pozzo. El hostal



posee una categoría de dos estrellas, sus clasificaciones de Hostal, está ubicado en Simón Bolívar 14-11, Cuenca. Su teléfono es [\(07\) 284-0695](tel:072840695). [Su número de habitaciones es de 21 \(comunicación personal, 04 de diciembre del 2018\).](#)

### **1.10 Breve historia de Hostal**

En base a la información que se ha encontrado en la página web oficial del Hostal Posada del Ángel (2014) del establecimiento, por consiguiente, se expone que el “Hostal Posada del Ángel está situado en una casa de estilo colonial construida hace aproximadamente 120 años por un sacerdote del barrio San Sebastián. Luego fue vendida a la familia Vázquez y después a la familia Ramos Ugalde. En 1997, la casa fue adquirida por la familia Hernández Bizzotto, que es de nacionalidad argentina.

La familia comenzó a remodelar la casa en el año 2000, y duro un año y medio después. Se preservó al máximo la arquitectura y los materiales originales de la casa, también se implementaron elementos modernos como pisos de cerámica y terminados de madera lacada en estilo colonial para mantener el patrimonio de la zona histórica”.

#### **1.10.1 Ubicación**

“El Hostal Posada del Ángel se encuentra en una casa histórica en el barrio de Barrio de San Sebastián de Cuenca- Ecuador. En las calles Simón Bolívar y Estévez de Toral, en una zona comercial, a 5 cuadras del Parque Calderón, el parque central de Cuenca, a 10 minutos del aeropuerto, a 8 minutos de la estación de autobuses” (Bizzoto, 2014).

### **1.11 Distribución de habitación del Hostal Posada del Ángel**

El hostal cuenta con un total de 21 habitaciones, a continuación, su distribución se presenta en la tabla 2:



*Tabla 2*

*Distribución de habitaciones del Hostal Posada del Ángel*

<b>Distribución de habitaciones</b>	
Habitaciones Simples	1
Habitaciones Dobles	9
Habitaciones Matrimoniales	2
Habitaciones Triples	5
Habitaciones Cuádruples	4
Habitaciones Quíntuple	1

Nota: Elaboración propia realizada en el 2018, de acuerdo a la información brindada por el personal del área ama de llaves.



# **CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO**



## **2. Estudio de mercado**

Como expone Orjuela y Sandoval (2002) “El estudio de mercado, es una de los estudios más importante y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto”.

El Hostal Posada del Ángel posee un 71% por ciento de ocupación anual, su target son adultos mayores, ejecutivos y turismo que se maneja por grupos, estos presentan afiliación en agencias de viajes. Sus principales competidores en el mercado turístico de Cuenca son El hostel Inés María y Posada Cuencana ya que estos poseen servicios y tarifas similares al Hostal Posada del Ángel (información basada en el análisis de las encuestas realizadas al Hostal Posada del Ángel).

### **2.1 Matriz FODA del Hostal Posada del Ángel**

Como menciona Espinosa (2013, parr. 1), que la matriz FODA, también conocida como DAFO “es una herramienta estratégica que ayuda a analizar la situación de la empresa y su objetivo ofrece un diagnóstico claro para la toma de decisiones estratégicas oportunas y mejora en el futuro”.

Esta herramienta permitió analizar e interpretar la información recopilada para llegar a una conclusión y tomar decisiones adecuadas dentro del hostel, que con lleve a una mejora del mismo, además para que a su vez sea una empresa más productiva y competitiva en el mercado cuencano. De tal modo que esto le permitirá mejorar los procesos de venta e ir aplicando las nuevas estrategias y recomendaciones propuestas para que en el futuro se puedan desarrollar, logrando una mejora continúa en todos departamentos del Hostal.





### **2.1.1 Fortalezas**

Las fortalezas son todos los recursos y capacidades especiales es decir únicas que tiene la empresa que pueda brindar ventajas positivas para el Hostal Posada del Ángel estas permiten diferenciar a la empresa frente a la competencia El hostel cuenta con:

Ubicación estratégica: El hostel Posada del Ángel está ubicado en las calles Simón Bolívar y Estévez de Toral en una zona dentro del centro histórico de la ciudad.

Cuida y Conserva el Patrimonio Cultural de la Humanidad, Así tiene una infraestructura colonial bien conservada que es admirada por los huéspedes.

Atención personalizada, debido que al ser un emprendimiento familiar siempre hay un miembro de la familia que está presente dentro del establecimiento hotelero para ayudar y brindar el mejor servicio a sus huéspedes conjuntamente con el personal.

Dentro del Hostal Posada del Ángel cuenta con un restaurante de comida italiana con el nombre de Mangiare Bene, el cual oferta una gran variedad de platos italianos a la carta.

### **2.1.2 Oportunidades**

Las oportunidades son factores positivos que la empresa puede explotar para su beneficio para obtener ventajas competitivas. Hostal Posada del Ángel tiene las siguientes:

Remodelaciones permanentes que conllevan a una mejora continua dentro del Hostal Posada del Ángel en especial en áreas privadas (habitaciones) como restauración y pintado de paredes, en áreas comunes (baños, pasillos) se planea implementar sensores de movimiento en los lavados para ahorrar agua y así contribuir con la sostenibilidad del medio ambiente.

Cuenca es un núcleo turístico, por la razón que es el punto central para visitar los diferentes cantones que posee el Azuay.

Crecimiento de turismo cultural y ecoturismo, debido a que muchos turistas en la actualidad han optado por aprender más sobre estos tipos de turismo y realizarlos.



### 2.1.3 Debilidades

En cuanto a debilidades, se refiere a lo que la empresa carece, lo que le debilita frente a la competencia, tener en cuenta estas debilidades es de vital importancia para analizar en qué se puede mejorar la empresa. Posada del Ángel tiene las siguientes debilidades:

Habitaciones sin paredes insonorizadas que causa molestia de ruido a los huéspedes debido a que en las calles Simón Bolívar y Estévez de Toral, circulan una gran cantidad de vehículos que provocan tráfico en esta zona, por lo que conlleva a crear ruidos fuertes provocando malestar para los huéspedes de las habitaciones que dan hacia estas calles.

Carencia de un plan de marketing, es decir una disminuida renovación y desconocimiento de la situación actual de la empresa, competencia, estrategias de marketing, conocimiento del mercado.

Actualmente el Hostal Posada del Ángel no es 100% sostenible, y tampoco cuenta con certificados de respaldo.

Cuenta con un plan de contingencia incompleto ya que no se presentan prácticas de simulacros, charlas informativas de seguridad laboral y de capacitación a los empleados para prevenir estos casos.

Área de acceso inadecuada y peligrosa hacia las habitaciones del tercer piso del establecimiento debido a la presencia de unas escaleras muy reducidas, con poco espacio para la circulación del huésped y trabajadores, al bajar o subir hacia este piso, ya se han presentado caídas y molestias por parte de los huéspedes y empleados. Pero al tratarse de una edificación patrimonial no se han dado modificaciones en la parte interior de la estructura del establecimiento hotelero.

En el área de lavandería, existe una falta de espacio y ventilación para los equipos de lavado además carencia de kit de protección para el personal que labora en esta área.

El Hostal Posada del Ángel solo presenta una opción de menú de desayuno para sus huéspedes siendo este el plan de desayuno de estilo americano.



#### 2.1.4 Amenazas

Se refiere a amenazas a los riesgos que tiene una empresa dentro del mercado para su supervivencia, es por eso que se debe tener claro cuáles son los peligros que hay en la empresa y de esa manera presentar estrategias para mejorarlas.

Dentro de las amenazas en el Hostal Posada del Ángel, en el campo de la hotelería en la ciudad de Cuenca presenta competencias de otros centros de hospedaje (Posada Cuencana y Hostal Inés María).

Apertura de establecimientos de alojamientos informales, con tarifas bajas en el mercado turístico de la ciudad.

Algunos turistas prefieren hospedarse en centros de alojamiento reservados mediante Airbnb.

Como se mencionó en el artículo recesión en la ocupación hotelera a partir de tres acontecimientos: terremoto, cierre del aeropuerto, construcción del tranvía. Caso Cuenca-Ecuador en la revista Cuaderno turístico de la Universidad de Murcia: “El terremoto influyó en la visita de los turistas a Ecuador, el terremoto de 7.8 grados en la escala de Richter ocurrido el 16 de abril de 2016, golpeó fuertemente al sector hotelero que hasta 2015 tenía una ocupación de hasta el 65,6%, pero después del desastre bajó a 57,2%. En efecto esta catástrofe natural fue un factor que influyó en los turistas a la hora de escoger un destino para visitar por ende la ciudad también se vio afectada. Por otro lado, el cierre del aeropuerto debido a problemas de mal estado de la pista por efecto de la humedad en el terreno, esto no permitió el arribo de varios vuelos a la ciudad causando problemas en la accesibilidad al destino turístico ya que no es apto para poder realizar un turismo apropiado. Por último, la construcción del tranvía en la ciudad de Cuenca ha afectado al turismo, debido a que su construcción, tomó más tiempo de lo planificado, ya que se pierde el sentido de utilidad, crea molestias y ocasiona pérdidas económicas para la ciudad, además el sector denominado Centro Histórico de la ciudad, también tuvo afectación porque es el sector donde se encuentran ubicados la gran mayoría de centros de hospedaje de la ciudad. Asimismo, ha ocasionado que algunos



hoteles ubicados en este sector salieran de la actividad comercial o tengan pérdidas económicas que han afectado a estos negocios igualmente esto provocó una incomodidad para el turista que visita la ciudad” (Serrano, Freire, Sanmartín, & Espinoza, 2018).

## **2.2 Análisis de la oferta**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner en disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto (Cerna, 2007).

En el Ecuador se han planteado varias ofertas turísticas, que hacían hincapié en el tren crucero el mismo que recorre la histórica ruta de Alfaro: de Quito a Guayaquil y de Guayaquil a Quito; en el “trayecto los turistas pueden deleitar su mirada con los hermosos paisajes de la Serranía y Costa Ecuatoriana”, además también podrán visitar haciendas emblemáticas, lugares históricos y culturales, comunidades indígenas, etc. (Ministerio de Turismo, 2013, párr. 3).

Entre las ciudades del Ecuador que más afluencia turística tiene son las siguientes: Quito, Guayaquil y Cuenca, además son las ciudades principales del país.

### **2.2.1 Oferta hotelera en la ciudad de Cuenca**

La oferta hotelera de Cuenca es variada, se oferta una variedad de centros de hospedaje que van desde pensiones hasta hoteles de lujos, lo cual brinda al futuro huésped varias



opciones para escoger al momento de hospedarse, cabe recalcar que existe una sobre oferta hotelera debido al incremento de establecimientos.

Mediante la información recopilada desde julio del 2015 a diciembre del 2016, la demanda de turistas y la oferta de alojamiento en la ciudad de Cuenca posee una gran cantidad de afluencia turística por motivo que sus visitantes prefieren alojamientos tradicionales, culturales y patrimoniales, es importante mencionar que la ciudad de Cuenca fue nombrada como patrimonio cultural de la humanidad el 1 de diciembre de 1999 reconoce la UNESCO (Ministerio de turismo , 2011).

En referencia a lo que se expone en el Boletín de Indicadores Turísticos del cantón Cuenca-Ecuador de (Serrano, y otros, 2018) en la siguiente tabla 3:

*Tabla 3*  
*Oferta de centros hoteleros en Cuenca.*

<b>Categoría</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Lujo</b>	<b>Primera</b>	<b>Segunda</b>	<b>Tercera</b>	<b>Cuarta</b>
<b>Apartamentos</b>		1	3	1	
<b>Hostales</b>		27	31	28	
<b>Hostales</b>		2	9	18	
<b>residencia</b>					
<b>Hostería</b>		6	3		
<b>Hotel</b>		6			
<b>Boutique</b>					
<b>Hoteles</b>	2	17	20	6	1
<b>Pensiones</b>		8	14	16	
<b>Refugios</b>			1		
<b>Total general</b>	2	67	81	69	1

Nota: Elaboración propia en base a la información del Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca (Serrano A. L., y otros, 2018).



## **2.2.2 Factores que afectan a la oferta**

Cuenca considerada como una de las ciudades que conservan su cultura y tradición hace que ésta sea preferida para la visita de turistas nacionales y extranjeros ya que ofrece una gran variedad de atractivos turísticos y de alojamiento para todos los gustos. Al mismo tiempo esta oferta está condicionada por la presencia de factores que afectan la misma, es decir elementos que influyen en la decisión de los turistas al momento de adquirir algún bien o servicio, como son la tecnología que índice en la hora de buscar un destino, el precio o un presupuesto de cuentan los turistas antes de realizar un viaje, y por último el clima que los turistas escogen conjunto con el destino a visitar.

### **2.2.2.1 Tecnología**

En la actualidad se ha implementado nuevos métodos tecnológicos que han ayudado positivamente al desarrollo turístico a nivel nacional como internacional, a esto se hace referencia en OTAS (buscador de sitio web de viajes) las cuales brindan información y comentarios tanto positivos como negativos que el turista pueda decidir su destino.

### **2.2.2.2 Precios**

En las diferentes ciudades del Ecuador, los precios varían relativamente de acuerdo a la economía de cada región, que puede ser percibido por el turista como un impedimento para escoger un destino dentro del país. Para ello la mayoría de los turistas realizan un presupuesto limitado para el viaje, teniendo en cuenta al destino que quieren llegar, como por ejemplo viajar a Galápagos será un presupuesto mínimo de \$ 600,00, así varían los costos de acuerdo al lugar donde quiera ir.

### **2.2.2.3 Clima**

Una ventaja que posee el país, es el territorio, este permite que el turista este en pocas horas en diferentes provincias con diferentes climas, debido a que Ecuador está conformado por cuatro regiones siendo región Costa con un clima cálido, región Sierra



con un clima frío, la región del Oriente con un clima humado tropical, y por último la región insular con un clima cálido para los turistas dando una variedad de climas para la preferencia de los mismos.

### **2.3 Análisis benchmarking o competencia del Hostal Posada Cuencana y Hostal Inés María.**

Para realizar el análisis de la competencia se lo realizó por medio de un benchmarking el cual tiene como concepto que:

“Es un proceso continuo de medir y comparar una organización con las organizaciones líderes, sean estas de la competencia o no indistintamente de su ubicación, a fin de obtener información que les ayude a ejecutar acciones para mejorar su desempeño. A esta práctica también se le conoce como estudios de desempeño comparativo” (ADMIN, 2013, párr. 1).

Es decir que el benchmarking es un conjunto de procesos que aplican las empresas para ser diferenciadas por encima de su competencia, a través de la comparación de sus servicios y productos ante el mercado para implementar estrategias para posicionarse en el mercado.

#### **2.3.1. Benchmarking competitivo**

El benchmarking competitivo como nos indica el sitio web Welcome to the new marketing indica que son los “procesos para medir la calidad los productos y servicios de una empresa para compararla con otra como la competencia” definiendo falencias y proponer mejoras para la empresa (Espinosa, 2017, párrs 1 - 2).

En este caso El Hostal Posada del Ángel posee dos competidores directos como lo son El Hostal Inés María y el Hostal La Posada Cuencana ya que estos están ubicados en la misma zona del centro histórico y además ofrecen los mismos servicios facilidades que el Hostal Posada del Ángel.



## 2.4 Análisis de la competencia o benchmarking “Hostal Posada Cuencana”

“La Posada Cuencana está ubicada en el centro de la ciudad su dirección es en las calles Tarqui 9-46 entre Simón Bolívar y Gran Colombia. Este centro de hospedaje tiene 8 habitaciones para 21 plazas, las habitaciones están amuebladas con un ambiente cálido, con decoraciones coloniales con detalles vistosos para los turistas, brinda una atención personalizada” (Hostal La posada cuencana, s.f., párr. 1).

### 2.4.1 Instalaciones y servicios

El Hostal Posada Cuencana posee una variedad de servicios y facilidades para poder satisfacer las necesidades de sus huéspedes brindando un servicio de excelencia en conjunto con el personal preparado con capacitaciones y aplicando normativas protocolares que poseen para una correcta atención al cliente del Hostal.

Entre los servicios a ofertar en el establecimiento de alojamiento se encuentran los siguientes:

Habitaciones para no fumadores, bar o salón, estacionamiento, Servicio de traslado al aeropuerto, servicio de limpieza diario, seguridad en la recepción, servicio de tintorería/lavandería, resguardo de equipajes, asistencia turística para la compra de entradas, prensa escrita en el lobby (con cargo), desayuno completo gratis y wifi gratis.

### 2.4.2 Tarifas

Las tarifas que brinda la Posada Cuencana son accesibles para todo público, pero el establecimiento es netamente para familias o grupos de turistas, a continuación, se detalla las tarifas de las habitaciones en la tabla 4:

*Tabla 4*  
*Tarifa del Hostal Posada Cuencana*

<b>Tipo de habitación</b>	<b>Tarifa</b>
<b>Habitación simple</b>	\$40,00
<b>Habitación doble</b>	\$60,00
<b>Habitación matrimonial</b>	\$55,00
<b>Habitación triple</b>	\$80,00

Nota: Elaboración propia realizada en con base a información de la recepcionista del Hostal Posada Cuencana.





## 2.5 Análisis de la competencia o benchmarking “Hostal Inés María”.

Hostal Inés María, ubicado en el Centro Histórico de Cuenca, ofrece al público 14 habitaciones entre las que se incluyen dos suites. Cada una cuenta con un diseño propio, que hace que los huéspedes se trasladen al año 1900, pero con todas las comodidades de la época actual. El propósito es hacerle sentir como en casa al huésped que llega y decide hospedarse en este establecimiento hotelero.

### 2.5.1 Instalaciones y servicios

El hostal Inés María oferta una variedad de servicios y facilidades que brinda a sus huéspedes entre estos: caja fuerte, computador con internet, expés check-in / out, habitaciones para no fumadores, lavandería, parqueadero, recepción 24h, traslado aeropuerto-hotel, Wi-Fi gratis en el lobby, baño con ducha, escritorio, internet, secador de pelo, tabla para planchar, teléfono, TV por cable, cunas.

### 2.5.2 Tarifas

Las tarifas que brinda el hostal Inés María son accesibles para todo público como se puede observar en la tabla 5:

*Tabla 5*

*Tarifas del Hostal Inés María*

**Tarifas de las habitaciones**

<b>Tipo de habitación</b>	<b>Tarifa</b>
<b>Habitación simple</b>	\$45,00
<b>Habitación doble</b>	\$60,00
<b>Suite Junior</b>	\$ 70,00
<b>Suite Mayor</b>	\$90,00

Nota: Elaboración propia realizada con base a información de la recepcionista del Hostal Inés María.



Se realizó un Benchmarking de los tres hostales como lo son: hostel Posada del Ángel, hostel Posada Cuencana, hostel Inés María que se presenta en la tabla 6:

*Tabla 6*  
*Benchmarking comparativo*

**Cuadro comparativo de atributos de los tres hostales**

<b>Atributos</b>	<b>Hostal Posada del Ángel</b>	<b>Hostal Posada Cuencana</b>	<b>Hotel Inés María</b>
<b>Tipo de habitaciones y tarifas</b>	HS= \$ 54,29 HD= \$80,52 HT= \$97,60 HC= \$114,68	HS= \$40,00 HD= \$60,00 HM= \$55,00 HT= \$80,00	HS= \$ 45,00 HD= \$60,00 SJ= \$70,00 SM= \$90,00
<b>Número de habitaciones</b>	21	8	14
<b>Servicios</b>	Incluye desayuno americano en todas las tarifas.	Cunas y camas disponibles, con previa solicitud.	Paquetes para parejas.
<b>Promociones</b>	Descuento del 10% al 14% en temporadas bajas	Paquetes noche romántica incluye: noche de hospedaje con cama matrimonial, botella de Champagne, orden de frutas de la temporada, decoración con pétalos de rosa, chocolates, desayuno americano, internet inalámbrico, ilimitado y parqueadero.	No cuenta con promociones

Nota: Elaboración propia realizada con base a las comparaciones que se dio a conocer dentro del texto

## 2.6 Diagnóstico situacional actual del Hostal Posada del Ángel

Para que un diagnóstico resulte efectivo, es necesario recopilar y analizar la información y los datos relativos al entorno, a los procesos, a la estructura y a otros elementos esenciales de la organización objeto de estudio (Montaño, 2004). En otras palabras, se trata de fijar y establecer prioridades a los problemas que tenga la empresa y ver cómo sacar al máximo sus fortalezas y oportunidades.

En cuanto al hostal Posada del Ángel partiendo de la delimitación del área de estudio, se realizó un análisis interno de la empresa donde se conoció y analizo el área administrativa, por medio de la entrevista con el propietario. Se utilizó investigación tanto cuantitativa (encuestas a los huéspedes del hostal) como cualitativa (entrevistas directas a la gerente general y al personal del Hostal Posada del Ángel), con el fin de crear un banco de preguntas para realizar las encuestas de satisfacción y preferencia hacia los turistas que visitan el establecimiento y posteriormente analizar estas encuestas para la obtención de los resultados. Finalmente se analizó e interpretó las encuestas realizadas. Para lo cual se usaron los siguientes formatos de entrevista y encuesta a ser aplicadas a los huéspedes y a la gerente del establecimiento.

## 2.7 Matriz CANVAS

El modelo Canvas fue creado por Osterwalder & Pigneur (2011) indica que es útil para precisar y crear modelos o diseños de negocios innovadores que está dividida en 4 partes que son: oferta, clientes, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones que se visualiza en la imagen siguiente:

Esta matriz es importante dentro del hostal Posada del Ángel, este modelo ayuda a analizar y conocer oportunidades generando un enfoque de ideas de distintas perspectivas para lograr incrementar el valor de su producto, debido a este motivo se da a conocer una aplicación de este modelo. En la siguiente matriz se puedes observar la información aplicada al Hostal Posada del Ángel. Visualizar la figura 1:

<b>8. Socios claves</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ecoleviajes</li><li>Agencia de viajes Jung</li><li>Andean travel company</li><li>Produlimpio</li><li>Supermaxi</li><li>Diprolimpia</li></ul>	<b>7. Actividades claves</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Servicio al cliente</li><li>Hospedaje</li><li>Alimentos y bebidas</li></ul>	<b>2. Propuesta de valor</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Hospedaje</li><li>Alimentación</li></ul>	<b>4. Relaciones con clientes</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Trato personalizado</li><li>Respetuoso</li><li>Conocer las preferencias de los huéspedes</li></ul>	<b>1. Segmento de cliente</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Adultos mayores</li><li>Ejecutivo</li><li>Grupos</li></ul>
	<b>6. Recursos claves</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Huéspedes fieles y potenciales</li><li>Huéspedes recomendados</li></ul>		<b>3. Canales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Internet</li><li>Agencias de viajes</li><li>Llamadas telefónicas</li></ul>	
<b>9. Estructura de costes</b> <p>Gasto:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Materia prima</li><li>Sueldos</li><li>Intermediarios</li><li>Servicios básicos</li></ul>			<b>5. Fuentes de ingresos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Venta de habitaciones:<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Simple: \$54,29</li><li>✓ Doble: \$80,52</li><li>✓ Triple: \$97,60</li><li>✓ Cuádruple: \$115,00</li></ul></li><li>Restaurante</li></ul>	

Figura 1. Matriz CANVAS del Hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir del esquema del modelo CANVAS por (Osterwalder & Pigneur, 2011).

## 2.8 Fuerzas de Porter

Como menciona Porter (2008) en el libro “Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia”; define las fuerzas de Porter como la estructura de un sector que dan forma a la naturaleza de la interacción competitiva dentro de un sector.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter en el Hostal Posada del Ángel propone un desarrollo de cada una de las fuerzas para establecer el nivel de competencia del establecimiento dentro de la industria turística, para ampliar estrategias de negocio que

ayuden al Hostal Posada del Ángel, a determinar el nivel de competencia y rivalidad, en proporción a oportunidades de inversión y rentabilidad de la empresa hotelera, dentro del entorno para lograr cubrir las necesidades de los huéspedes, y poder satisfacerlas obteniendo rentabilidad. Como se presenta en la siguiente figura 2 de matriz modelo de las fuerzas de Porter, en la cual se presenta un análisis de cada fuerza como:



*Figura 2. Fuerzas de Porter del Hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de la información del esquema de fuerzas de Porter esquema creado por (Porter, 2008).*

### 2.8.1 Nuevos competidores

Los competidores, nacen con el deseo de querer participar más dentro del mercado dando otras opciones al consumidor del producto, a veces esto causa una presión en cuanto a precio, costos y la tasa de inversión necesaria para competir ya que los nuevos competidores casi siempre compiten con los costos del producto a ofertar (Porter, 2008).

Para el hostal Posada del Ángel no hay nuevos competidores debido a que en la razón no hay aperturas de nuevos centros de alojamiento. Pero se recalca que todas las ofertas hoteleras dentro de la ciudad son competencia directa, para el establecimiento.



### **2.8.2 Compradores**

En este punto se presenta un problema el cual es que los clientes cuentan con un producto que a su vez tiene muchos sustitutos dentro del mercado, este puede variar en el costo siendo más bajos o altos. Los compradores directos del hostel Posada del Ángel, son turistas que adquieren los servicios de alojamiento y alimentación, en los cuales se encuentran distribuidos en los siguientes grupos como: adultos mayores, ejecutivos y grupos de turistas con convenios en agencias de viajes.

### **2.8.3 Productos sustitutos**

Existen pensiones y departamentos de arriendo temporal, los cuales se ofertan en la ciudad de Cuenca, estos establecimientos ayudan a tener más alternativa de hospedaje en la ciudad en temporada alta. Pero a su vez perjudica a los establecimientos hoteleros por la razón de que estos son establecimientos informales, por ende, ilegales que no cumplen con los requisitos legales para ofertar su producto de la manera adecuada, su diferencia son los bajos precios que hace que los turistas prefieran hospedarse en ellos.

### **2.8.4 Proveedores**

Los proveedores más importantes con los que cuenta el hostel Posad del Ángel con respecto al alojamiento son: Ecoleviajes, Agencia de viajes Jung, Andean travel company y con respecto a la alimentación y limpieza cuenta con: Produlimpio, Diprolimpia y Supermaxi. Los proveedores son de gran ayuda para cualquier empresa, ya que satisfacen las necesidades del hostel y a la vez el establecimiento a los huéspedes.

### **2.8.5 Rivalidad y competencia del mercado**

Esta es la fuerza más importante que se utiliza dentro de la industria para descubrir a la competencia, es decir a la empresa que tenga la mayor parte de características similares. Cuenca posee una gran oferta hotelera la cual va desde hostales hasta grandes cadenas hoteleras como hotel Oro Verde y Four Points Sheraton, debido a que la afluencia de

turistas aumenta en la ciudad con diferentes necesidades y gustos, sin embargo, los principales competidores que le hacen frente al hostel Posada del Ángel son el Hostel Inés María y el Hostel Posada Cuenca.

## 2.9 Marketing mix

Conjunto de elementos viables que integra una parte del marketing para completar el producto, precio, plaza y promoción de una empresa pública o privada (Kotler & Armstrong, 2012).

Esta estrategia de marketing es muy importante pues se aplicó en el Hostel Posada del Ángel, analizando las 4 p's para conocer y analizar todos los productos y servicios con los que cuenta este establecimiento hotelero además de su precio, plaza y promoción. En la siguiente Matriz de marketing mix se desarrolla cada una de las 4p's que la integran. Observar en la tabla 7.

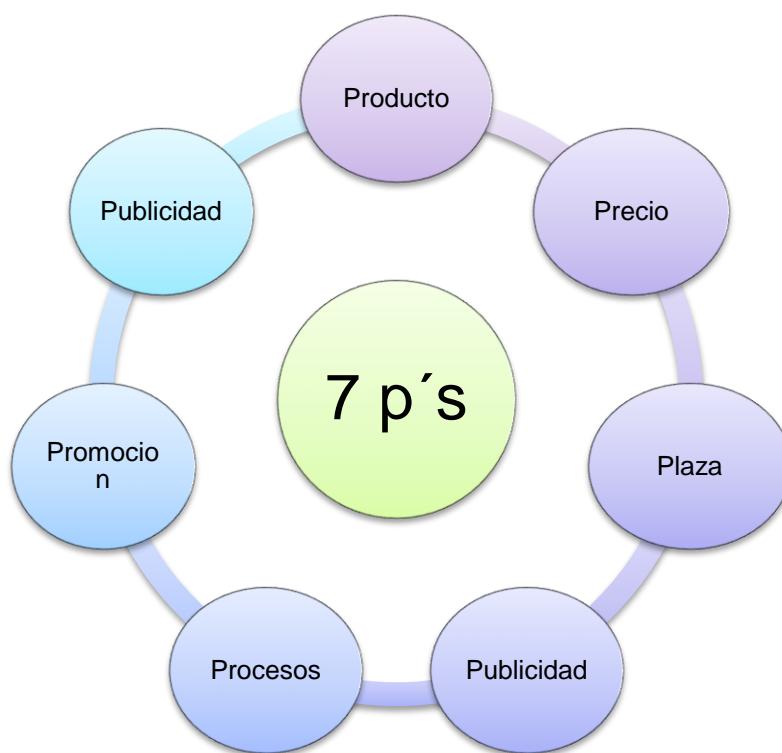
*Tabla 7*  
*Matriz de marketing mix*



Nota: Elaboración propia realizada en la matriz marketing mix (McCarthy & Perreault, 1996)

## 2.10 Análisis de las 7 p's del servicio

Una de las herramientas más importantes en marketing es el análisis de las 7 p's, en el establecimiento de alojamiento se analizó cada una de las p's, para poder desarrollar estrategias futuras que ayuden al hostel Posada de Ángel para mejorar en algunos aspectos como la preferencia de los huéspedes y así lograr la fidelidad de sus clientes, como se observa en la ilustración 3.



*Figura 3.* Esquema de aplicación Siete P's. Elaboración propia a partir de la información del libro de marketing: planeación estratégica, de la teoría a la práctica.

### 2.10.1 Producto

Según McCarthy y Perrault (1996) autores del libro "Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica", el producto "es la oferta con que una compañía satisface una necesidad", dicho de otra manera, es un objeto dentro del mercado que sirve para la satisfacción del consumidor, independientemente de la necesidad o deseo del comprador.





En cuando a los productos que vende el hostel Posada del Ángel son los servicios: alojamientos y alimentación, con capacidad para 45 pax (personas). Consta de 22 habitaciones distribuidas en simple, doble, matrimoniales, triples, cuádruples y quíntuples.

El hostel Posada del Ángel cuenta con una recepción, sala de estar, muebles coloniales, para la comodidad del huésped, y tiene acceso a la cafetería las 24 horas al día y cuenta con el restaurante Mangiare Bene. El servicio y la atención que el hostel Posada del Ángel, brinda a sus huéspedes son las principales características que hacen que este hostel sea único, también los propietarios forman parte del equipo para la atención directa de los clientes para tener una atención netamente personalizada, además se ofrece un desayuno de tipo americano que incluye (café, tostada, jugo, leche, huevo, granola y frutas).

### **2.10.2 Precio**

En referencia a lo que expone Lamb, Hair y McDaniel (2006) en el libro Marketing. “El precio es aquello que se entregado a cambio de bien o servicio”, es decir, es el valor que los clientes brindan al vendedor a cambio de satisfacer sus necesidades por el producto o servicio recibido. El Hostel Posada del Ángel brinda el servicio de hospedaje y alimentación para los huéspedes en el siguiente cuadro se presenta los precios o tarifas por tipo de habitación, por persona y por noche, cabe mencionar que el servicio de desayuno ya está incluido en el precio de cada habitación. A continuación, el detalle en la tabla 8.



*Tabla 8*

*Precios de tarifas rack y promedio de habitación del Hostal Posada Ángel*

<b>Tarifas Habitación</b>	<b>Rack</b>	<b>Promedio</b>
<b>Simple</b>	\$54,29	\$50,63
<b>Dobles</b>	\$ 80, 52	\$74,42
<b>Matrimoniales</b>	\$80,52	\$74,42
<b>Triples</b>	\$97,60	\$91, 50
<b>Cuádruple</b>	\$114,68	\$108,58
<b>Quíntuple</b>	\$125,00	\$115,00

Nota: Elaboración propia basada en el folleto informativo del hostel Posada del Ángel.

### **2.10.3 Plaza**

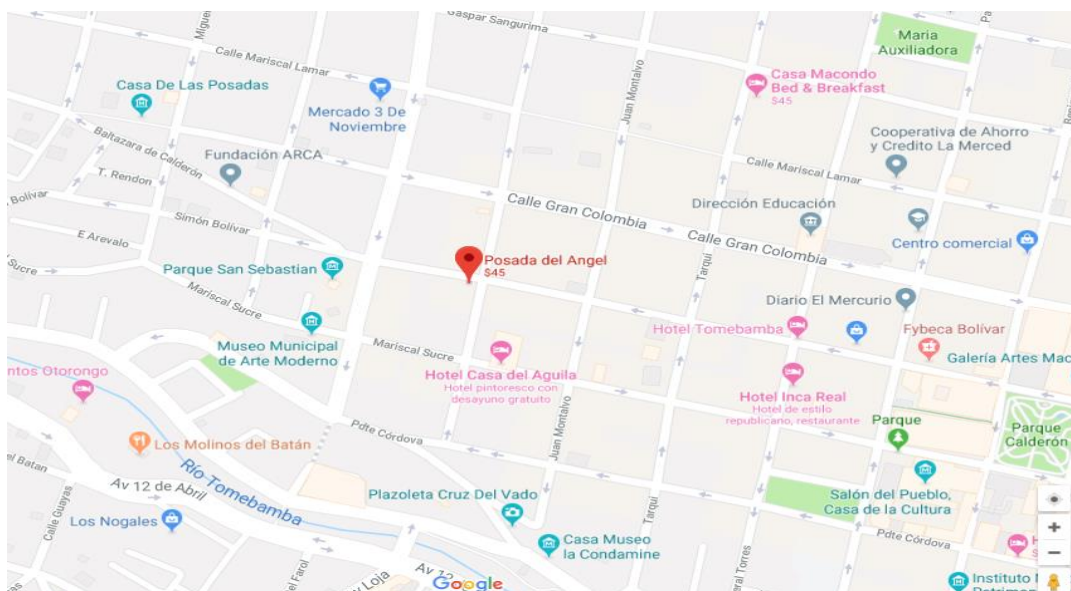
Al hablar de plaza se refiere a un espacio, es decir, un lugar que se define como: “en que se emplaza el producto” en opinión, se refiere a la ubicación en donde está el establecimiento que oferta el producto o servicio.

Por otro lado, el hostel Posada del Ángel está a 10 minutos del centro Histórico de la ciudad de Cuenca, es un punto clave, por la razón de que esta en el núcleo de la ciudad y esto permite, el acceso a diferentes atractivos turísticos en poco tiempo. Se encuentra en las calles Simón Bolívar 14-11 y Estévez de Toral. A continuación, se presenta en la ilustración 4 donde se puede observar el punto donde está ubicado el Hostal Posada del Ángel.

### **2.10.4 Publicidad**

La publicidad es una forma pagada de comunicación corriente que se transmite a los consumidores a través de medios masivos como televisión, radio, periódico, revistas, correo directo, vehículos de transportación masiva y exhibidores exteriores (Pride, 2014), en pocas palabras es una propaganda que se transmite por medios masivos, comúnmente: tv, radio e internet.

Figura 4. Ubicación del Hostal Posada del Ángel imagen obtenida de Google maps.



El manejo de publicidad del hostal Posada del Ángel es a través de su página web donde se detalla la siguiente información: servicios, galería, ubicación, restaurante y reservas. Además, la página web oficial brinda información básica sobre el Hostal Posada del Ángel por otra parte carece de publicidad en redes sociales como página oficial de Facebook, Instagram entre otras. En efecto, después de haber aplicado las encuestas de preferencias y publicidad dentro del establecimiento hotelero, por medio de la investigación se determinó los medios por los cuales se conoció la publicidad del hostal posada del Ángel con un 45% por internet siendo esto mediante su página web y Booking de acuerdo al perfil del huésped del hostal Posada del Ángel.

### 2.10.5 Promoción

Se entiende como promoción a aquello que las empresas hacen para dar a conocer sus productos ante sus consumidores, con una gratificación de la empresa hacia el cliente para que este tenga voluntad e interés de comprar dicho producto o servicio.

Se dirige clientes potenciales, es decir la promoción es utilizada como una herramienta estratégica para incentivar su compra.



De acuerdo a la entrevista con A. Hernández obtuvimos información sobre la promoción, que oferta el hostel Posada del Ángel las cuales son las siguientes: ofrecen descuento del 10% al 14% en alojamiento en temporadas bajas, dependiendo del número de personas que se van a hospedar, en este momento es con la única promoción se oferta el establecimiento hotelero (conversación personal, 19 de diciembre 2018).

Sin embargo, se propone implementar nuevas promociones como realizar rutas turísticas a los huéspedes en los lugares más turísticos y visitados de Cuenca. Por otro lado, ofertar dentro del hostel Posada del Ángel artículos de artesanías tradicionales de la ciudad de Cuenca. También ofrecer desayunos tradicionales de la ciudad de Cuenca en la cafetería, por ejemplo: mote pillo, humitas, quimbolitos, tamales y tortillas como de verde, yuca, etc., chocolate, tinto y leche. Que hagan que los turistas se informen y opten por preferir estos nuevos servicios que hagan de este lugar único.

### **2.10.6 Procesos**

Para empezar, se precisa que los procesos son mecanismos en la prestación de un servicio o producto que afectan a la calidad del mismo. Para realizar estos procesos se debe planear con anterioridad estrategias con sus respectivos canales para brindar una correcta ejecución del servicio, por un lado, si los procesos se realizan a través de la internet, en páginas web debe ser de fácil acceso, para que los clientes puedan manejar fácilmente. De otra manera si el trato es de forma personal se enfoca en la atención personalizada (Briceño, 2018).

Para realizar las diferentes actividades dentro del hostel Posada del Ángel cuenta con manuales de servicio al cliente, manuales operativos y de administración que brindan a los empleados información para su capacitación. También cuentan con cronogramas de las actividades de cada empleado a ser realizadas. Recientemente se implementó una lista de asistencia del personal con hora de entrada y salida para que tener un registro de asistencia de los empleados. Estos procesos deben ser realizados de manera correcta para maximizar tiempo y obtener un buen trabajo.



### **2.10.7 Personal**

Se refiera no solamente al personal que atiende al cliente sino a todas las personas de la organización, en otras palabras, son todas las personas que laboran en el establecimiento y brindan un producto o servicio a los huéspedes. De acuerdo a la información recibida por parte del personal del Hostal del Hostal Posada del Ángel el ambiente laboral dentro del establecimiento hotelero es bueno ya que todos los empleados se conocen y trabajan con mucha cordialidad y respeto uno a otro.

Además, todo el equipo de trabajo esta netamente preparado académicamente, cada empleado posee conocimientos en sus respectivas áreas de trabajo, esto facilita la comunicación interna como externa, además mejora la relación huésped con el trabajador, obteniendo una muy buena comunicación de ambas partes. Esto puede ser verificado con los títulos académicos, hoja de vida de cada uno de los empleados del establecimiento.

### **2.11 Análisis interno**

En cuanto a un análisis interno se busca identificar, el estado actual de la empresa como su nivel de posicionamiento conjuntamente con las estrategias a desarrollarse, se analizó lo que existe dentro de la empresa como: misión, visión, objetivos, organigrama, área administrativa, talento humano y el portafolio de servicios., mediante la entrevista realizada a la administradora Ángela Hernández se consiguió la siguiente información:

#### **2.11.1 Misión**

La misión dentro de una empresa es la columna vertebral de toda empresa para el alcance de una razón o propósito a ser cumplida, y por lo tanto en el hostal Posada del Ángel se ha creado la siguiente misión:

Ofrecer un servicio personalizado de calidad a todos sus huéspedes y clientes, haciendo de la Posada del Ángel el segundo hogar de quienes visitan Cuenca.



### 2.11.2 Visión

De igual manera la visión indica hacia donde se proyecta la empresa en el futuro en que quiere convertirse en el mercado. Por lo cual el hostel Posada del Ángel tiene su siguiente visión:

Lograr la preferencia y satisfacción de sus huéspedes, mejorando cada día la calidad de un buen servicio.

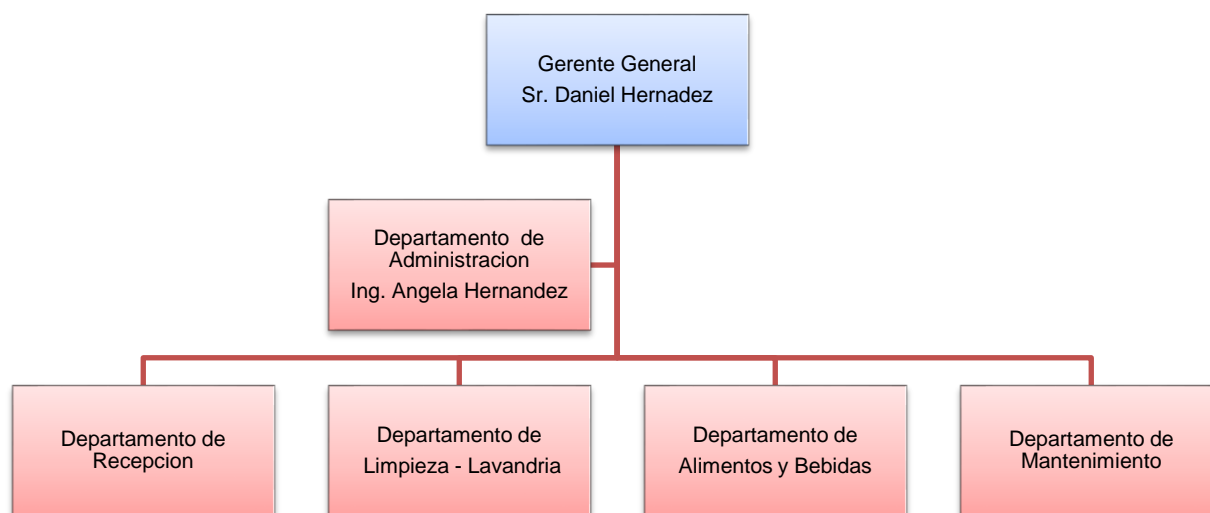
### 2.11.3 Objetivos del Hostel Posada del Ángel

Los objetivos son muy importantes dentro de la empresa nacen de los deseos de los propietarios del establecimiento hotelero **con la meta de ser cumplidos**, para que estos impulsen a la empresa a tomar decisiones o a cumplir sus pretensiones. El Hostel Posada del Ángel tienen los siguientes objetivos de la empresa:

- Ser la primera opción de alojamiento para los turistas nacionales y extranjeros al momento de visitar Cuenca.
- Ofrecer un servicio de calidad, para la satisfacción de los huéspedes.
- Cumplir con las normas de turismo que rigen la actividad hotelera.

### 2.11.4 Organigrama

Un organigrama en una empresa es una herramienta infaltable porque es la representación gráfica de la estructura organizacional de toda la empresa y también indica el nivel de jerarquía y competitividad de los departamentos dentro de la empresa. En el hostel Posada del Ángel cuenta con el siguiente organigrama: gerente general del establecimiento, seguido de un departamento de administración que este a su vez está por encima de cuatro departamentos que son: departamento de recepción, limpieza y lavandería, alimentos y bebidas y finalmente el departamento de mantenimiento, de esta manera se compone la estructura organizacional del hostel Posada del Ángel en el siguiente organigrama se puede observar en la figura 5:



*Figura 5.* Organigrama del Hostal Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de la entrevista realizada a Ángela Hernández.

### 2.11.5 Área Administrativa

El área administrativa es la más importante dentro del establecimiento hotelero, por la razón de que en él se toman decisiones relevantes y también está encargado de los requisitos legales tributarios y financieros del Hostal Posada del Ángel. Este departamento está representado por: la administradora Ángeles Hernández Bizzotto, la misma que se encarga de los estados contables anual del establecimiento, es decir ingresos y egresos de toda la empresa esta área fue creada en el 2010.este departamento está conformado por un Gerente General: Ing. Sist. Daniel Hernández Bizzotto, Administradora: Ing. Ángela Hernández y una administradora de Contabilidad: Cont. Carolina Pillaga (Ucha, 2009).



### 2.11.6 Talento Humano

Como menciona el sitio web grupo D el departamento de talento humano es el donde se planifica, clasifica, ejecuta actividades relacionadas con la administración del personal teniendo en cuenta su formación y entrenamiento bienestar social, seguridad y salud ocupacional, tomando en cuenta las políticas y normas legales de la empresa (Grupo Davila & Davila, 2018).

Asimismo, en el Hostal Posada del Ángel cuenta con este departamento encargado de la gestión y administración de establecimiento, su principal función es la de contratación del personal para el hostal Posada del Ángel y evaluación del mismo.

Además, cuenta con un capital humano capacitado para la atención al cliente, todos los empleados están en la obligación de cumplir con las funciones delegadas por el Gerente del Hostal, cumplir con el trabajo y sus labores encomendadas. A continuación, se presenta en la tabla 9 informativa de los empleados de cada departamento.

*Tabla 9*  
*Recursos Humanos*

<b>ÁREA DE RECURSOS HUMANOS</b>	
<b>Área de alojamiento</b>	<b>Número de empleados</b>
<b>Camareras</b>	5
<b>Recepcionista</b>	4
<b>Área de alimentos y bebidas</b>	5
<b>Chef</b>	2
<b>Ayudantes de cocina</b>	2
<b>Área administrativa</b>	2

Nota: Elaboración propia realizada con base a información recopilada del texto (Cobena & Párraga, 2014).





## **2.12 Análisis del portafolio de facilidades y servicio**

Hostal Posada del Ángel cuenta con los siguientes servicios e instalaciones entre los cuales encontramos:

### **2.12.1 Alojamiento**

Dentro del establecimiento existe la siguiente distribución de habitaciones: simples 1, dobles 9, matrimoniales 2, triples 5, cuádruples 4, quíntuple

Según en el reglamento de alojamiento turístico en el capítulo I sección I Ámbito general art. 3 (Ministerio de Turismo, 2016). “Tipos de habitación” como habitación simple, habitación doble, habitación triple, habitación cuádruple, define lo siguiente:

#### **2.12.1.1 Habitación individual o habitación simple**

Según en el reglamento de alojamiento turístico en el capítulo I sección I Ámbito general art. 30 “Tipos de habitación” define habitación simple en su literal a como habitación en la cual un turista solo podrá pernoctar (Ministerio de Turismo, 2016). El Hostal Posada del Ángel brinda alojamiento de este tipo de habitación en la cual dentro de esta consta con: una cama simple, mobiliario, Tv, teléfono, cabe recalcar que cada habitación independientemente del tipo de habitación cuenta con un baño privado para los huéspedes.

#### **2.12.1.2 Habitación doble**

Según en el reglamento de alojamiento turístico en el capítulo I sección I Ámbito general art. 30 “Tipos de habitación” define habitación doble en su literal b como destinada a que dos turistas puedan alojarse y pernoctar (Ministerio de Turismo, 2016). El Hostal Posada del Ángel brinda alojamiento de este tipo de habitación en la cual dentro de esta consta con una cama matrimonial, mobiliario, Tv, teléfono, cabe recalcar que cada habitación



independientemente del tipo de habitación cuenta con un baño privado para los huéspedes.

### 2.12.1.3 Habitación triple

Según en el reglamento de alojamiento turístico en el capítulo I sección I Ámbito general art. 30 “Tipos de habitación” define habitación triple en su literal c como habitación triple en la cual tres personas pueden alojarse y pernoctar (Ministerio de Turismo, 2016). Hostal Posada del Ángel brinda alojamiento de este tipo de habitación en la cual dentro de esta consta con tres camas individuales, mobiliario, Tv, teléfono, cabe recalcar que cada habitación independientemente del tipo de habitación cuenta con un baño privado para los huéspedes.

### 2.12.1.4 Habitación cuádruple

Según en el reglamento de alojamiento turístico en el capítulo I sección I Ámbito general art. 30 “Tipos de habitación” define habitación cuádruple en su literal d como destinada para el hospedaje turístico y pernoctación de cuatro personas (Ministerio de Turismo, 2016). El Hostal Posada del Ángel brinda alojamiento de este tipo de habitación en la cual dentro de esta consta con cuatro camas simples, mobiliario, Tv, teléfono, cabe recalcar que cada habitación independientemente del tipo de habitación cuenta con un baño privado para los huéspedes.

### 2.12.2 Alimentación

En el área de la alimentos y bebidas del hostal Posada del Ángel, se encuentran los siguientes servicios: La cafetería en la parte baja del Hostal, en donde se sirve a todos los huéspedes desayuno americano que contiene **café con tostadas, huevos, fruta, pan, embutidos, cereales, ocasiones, queso o yogures**. También el Hostal Posada del Ángel cuenta con una aérea del restaurante de nombre Mangiare Bene que se encuentra en la parte lateral del Hostal, ubicado en calle Estévez de Toral el restaurante ofrece platos a la carta para almuerzos y cenas, de comida netamente italiana como son las pastas, lasaña, ravioles, tiramisú entre la especialidad de la casa tenemos como



ejemplo algunos platos a la carta como: sopa de cebolla, que contiene cebolla, pan, mozzarella, parmesano, vino blanco, Otro plato como lo es la ensalada Mangiare: lechuga romana, palmitos, tomates, champiñones, aderezos.

Rissotto fruta de Mare: Risotto, almejas, mejillón, calamar, camarones, fume de camarón, vino blanco, parmesano cuentan con una variedad de salsa para acompañar sus pastas. Milanesa Napolitana: lomo apanado, queso mozzarella, salsa roja acompañado de papas fritas y ensalada. También cuentan con una variedad lasañas y pizzas y canelones. En postres como: Pie de limón, suspiros de frutas con helado, Torta de chocolate, Brownie con helado, Tiramisú, Flan con dulce de leche. También brindan cocteles, bebidas calientes y frías para sus clientes. Los rangos de precios oscilan entre \$4 a \$20.

### **2.12.3 Servicios**

El Hostal la Posada del Ángel tiene también los siguientes servicios como: tv con cable, teléfono, agua, limpieza de habitaciones, baño privado, secador de pelo (previa solicitud), escritorio, Wi-fi (gratis), caja fuerte en la recepción, lavandería, asistencia turística y para la compra de entradas.

### **2.13 Análisis externo**

En un análisis externo se determina los factores estratégicos, es decir lo que hay alrededor de la zona. Alrededor del Hostal Posada del Ángel, existen tiendas de recuerdos y artesanías como lo son: Kamvara, galería Manos del Ecuador, Inti Raimy, Di Rose souvenirs y galería Raíces, las cuales ofrecen productos elaborados por cuencanos como: cuadros de pintura de paisajes de Cuenca, llaveros, recuerdos de cerámica, ponchos, macanas, sombreros, estos son atractivos para adquisición de los turistas. También existe un restaurante de gran trayectoria en Cuenca ubicado en la zona este es el “Pedregal Azteca” que ofrece comida netamente mexicana con propietarios nativos de México. Estos lugares se encuentran cerca del centro histórico de Cuenca.



### 2.13.1 Análisis de factores externos

Cuenca presenta un desarrollo económico que incrementa el nivel de vida de la gente del lugar, pues se ha creado nuevas infraestructuras siendo estas inversiones como casas, hoteles, negocios que provocan la creación de nuevas empresas y por ende fomentando el empleo en la zona. A demás se diversifican las actividades económicas como las labores tradicionales, gracias a esto surge el turismo como una fuente de trabajo en la ciudad.

La población cuencana y todo el personal del hostel Posada del Ángel están directamente involucrados en la actividad turística, por lo que ambos participan conjuntamente en los diferentes tipos de eventos turísticos dentro de la ciudad. Este tipo de eventos son importantes porque el turista puede relacionarse con la población local y con el personal del establecimiento pues al viajero le interesa aprender de la cultura intercambiando nuevas experiencias.

Otro factor externo es la comercialización intensiva de centros de alojamiento, es decir, que hay una sobreoferta hotelera en la ciudad de Cuenca, esto afecta directamente a todos prestadores del servicio de alojamiento como: son los hoteles, hostales, pensiones, etc. que están registrados de forma legal en el mercado. Anqué en ciertos casos ha hecho que muchos de estos opten por cerrar los establecimientos hoteleros.

Por otra parte, la afluencia de turistas es buena para todos, pero a la vez puede ser un factor negativo para la población, debido a que las personas se dejan influenciar por la cultura de los extranjeros, en donde no debería ser de esa forma, ya que el turista y las personas nativas del lugar deben tener un intercambio cultural, sin perder su identidad.



## **2.14 Plantear el diseño de estudio con encuesta de las percepciones del público interno y externo**

La encuesta es un instrumento para recopilar datos de información a utilizar en investigaciones sobre diversos temas, con el objetivo que se desee alcanzar, en el público tanto interno y externo de una empresa, para saber lo que se necesita y desea en este caso los huéspedes.

En cuanto al hostel Posada del Ángel se aplicó una encuesta de publicidad y promoción del establecimiento, de acuerdo a las necesidades de la presente investigación. Se pudo definir y aplicar la siguiente encuesta para ingresar información y poder conocer los gustos, preferencias, falencias, medios publicitarios, etc. que el hostel Posada del Ángel tiene de cada huésped que lo visita. Conjuntamente con los propietarios del Hostel Posada del Ángel se pudo definir y aplicar la encuesta, luego de un intercambio de ideas donde se pudo compartir y exponer preguntas, que ellos necesitaban saber acerca de su establecimiento de alojamiento, para recaudar información y conocer el perfil del huésped que lo visita.

Posteriormente se desarrolló las encuestas en el Hostel Posada del Ángel en las cuales fueron expuestas un total de dieciséis preguntas a ser completadas por los huéspedes del establecimiento hotelero, con estas en cuentas se pudo despejar las dudas de los propietarios del establecimiento, para poder definir falencias y estrategias importantes dentro del Hostel Posada del Ángel.

## **2.15 Exposición de los resultados de las encuestas**

Los resultados de la encuesta aplicada a el Hostel Posada del Ángel, en el año 2018-2019 se aplicaron a una población infinita ya que no existe una investigación actual; para tal efecto se tomó como muestra 100 turistas o clientes (listado en el que encontramos las unidades elementales que componen población) (D'Angelo, 2008).

Esta encuesta se aplicó en el establecimiento de alojamiento, a continuación, se presenta un análisis de la información de cada una de las preguntas o variables elaboradas a los huéspedes. Esta encuesta de aplicación fue realizada con las siguientes variables: país, ciudad, edad, género, nivel de educación, motivo de visita, presupuesto por noche en hospedaje, ha realizado una reservación con anterioridad, medio que utilizó su reserva, medios en que conoció el hostel, cumplió con los servicios ofertados, recibir notificaciones sobre ofertas y promociones del hostel Posada del Ángel, publicidad verídica de acuerdo a su página web, fallencias del establecimiento y atención recibida.

### 2.15.1 País

Con respecto a la primera variable de encuesta País de procedencia se pudo definir el siguiente resultado, basada en las encuestas, se presenta la procedencia de los huéspedes alojados en este periodo con un porcentaje mayoritario de ecuatorianos con el 37% que se hospedaron en el Hostal Posada del Ángel seguido de turistas con nacionalidad francesa con un 19%.

*Tabla 10*  
*Procedencia de los Huéspedes*

1. País	
Francia	19%
Estados Unidos	8%
Italia	7%
España	2%
Argentina	6%
Canadá	6%
Holanda	4%
Alemania	7%
México	3%
Colombia	1%
Ecuador	37%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.



### 2.15.2 Ciudad

En variable ciudad de procedencia, se pudo definir el siguiente resultado, con un porcentaje del 12% de guayaquileños, seguido del 16% de Sto. Domingo y el 9% de cliente de Le-Haure.

Tabla 11

<b>Ciudad de procedencia</b>	
<b>2. Ciudad</b>	
<b>Toulouse</b>	1%
<b>Burdeos</b>	3%
<b>París</b>	4%
<b>Oregón</b>	2%
<b>Rosario</b>	3%
<b>Buenos Aires</b>	1%
<b>Córdoba</b>	2%
<b>Roma</b>	3%
<b>Barcelona</b>	2%
<b>Marcella</b>	2%
<b>Denver</b>	5%
<b>Venecia</b>	2%
<b>Borgoña</b>	2%
<b>Le-Haure</b>	9%
<b>Detroit</b>	2%
<b>Alberta</b>	2%
<b>Vancouver</b>	4%
<b>San Francisco</b>	1%
<b>Arkansas</b>	1%
<b>Múnich</b>	2%
<b>Roehren</b>	1%
<b>Ámsterdam</b>	2%
<b>Rotterdam</b>	1%
<b>Berlín</b>	1%
<b>Monterrey</b>	2%
<b>Distrito Federal de México</b>	1%
<b>Bogotá</b>	1%
<b>Quito</b>	5%
<b>Sto. Domingo</b>	16%
<b>Guayaquil</b>	17%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.15.3 Edad

Según la variable de la encuesta la edad de los huéspedes que visitan el Hostal Posada del Ángel, se pudo definir con un porcentaje del 22% de huéspedes tiene un rango de edad entre 40-49 años de edad, seguido de un 19% de personas de 50-59 años de edad que se hospedan en el hostal.

*Tabla 12*  
*Edad*

---

#### 3. Edad

---

<b>18-19 años</b>	6%
<b>20-29 años</b>	21%
<b>30-39 años</b>	14%
<b>40-49 años</b>	22%
<b>50-59 años</b>	19%
<b>60-69 años</b>	16%
<b>70-80 años</b>	2%

---

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostal Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.15.4 Género

Con respecto a la variable genero de los huéspedes en la cual se pudo definir el siguiente resultado, con un porcentaje de un 57% de huéspedes del género masculino y con un 43% de género femenino que se alojan en el Hostal Posada del Ángel.

*Tabla 13*  
*Género*

---

#### 4. Género

---

<b>Masculino</b>	57%
<b>Femenino</b>	43%

---

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostal Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.



### 2.15.5 Nivel de educación

En la variable Nivel de educación de los huéspedes se obtuvo como resultado con un porcentaje 75% son huéspedes con estudios de tercer nivel seguidos de un 20% de personas que poseen una educación de postgrado.

Tabla 14

*Nivel de Educación*

#### 5. Nivel de educación

<b>Educación Inicial</b>	0%
<b>Básico</b>	0%
<b>Bachillerato</b>	5%
<b>Tercer Nivel</b>	75%
<b>Postgrado</b>	20%
<b>Otros/especifique</b>	0%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el Hostal Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.15.6 Motivo de visita

Con respecto a la variable motivo de visita de los huéspedes se pudo definir el siguiente resultado, los huéspedes que más se alojan en el hostal Posada del Ángel tiene un motivo de vacaciones y turismo con un 84% seguido por motivo de negocio con un 8%.

Tabla 15

*Motivo de visita*

#### 6. Motivo de visita

<b>Negocios</b>	8%
<b>Vacaciones/Turismo</b>	84%
<b>Visita Familiar</b>	0%
<b>Salud</b>	0%
<b>Estudio/Intercambio</b>	8%
<b>Otros/especifique</b>	0%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostal Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.



### 2.15.7 Presupuesto por noche

En la variable ¿Cuál es su presupuesto por noche en hospedaje?, se pudo definir el siguiente resultado, el presupuesto por alojamiento por una noche que gasta el turista es del \$50-\$100 que da como resultado un 55%, seguido de \$101- \$150 que da como resultado un 23% y por último \$20- \$40 con un 22%.

Tabla 16

*Presupuesto por noche en hospedaje*

#### 7. ¿Cuál es el presupuesto por noche en hospedaje?

<b>\$ 20-40</b>	22%
<b>\$ 50-100</b>	55%
<b>\$ 101-150</b>	23%
<b>\$ 151-200</b>	0%
<b>\$ 250 a mas</b>	0%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el Hostal Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.15.8 Ha realizado reservación con anterioridad

Según la variable, ¿Ha Realizado una reservación con anterioridad? se afirma que los huéspedes que ingresan al hostal Posada del Ángel hacen reservas con anterioridad, obteniendo como resultado en las encuestas con un 95% quedando con un 5% de personas que van al establecimiento sin reserva.

Tabla 17

*Reserva con anterioridad*

#### 8. ¿Ha realizado una reservación con anterioridad?

<b>Si</b>	95%
<b>No</b>	5%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostal Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.



### 2.15.9 Que medio utilizo para realizar su reserva

Con respecto a la variable, ¿Qué medio utilizó para realizar su reserva? Se pudo definir que el medio que los turistas más utilizado es con un 51% como resultado de las encuestas elaboradas en el establecimiento es mediante reservaciones de teléfono, continuo de redes sociales con un 11% y luego agencias de viajes y correo electrónico con un 10%.

Tabla 18

Medio de comunicación para realizar la reserva

#### 9. ¿Qué medio utilizo para realizar su reserva?

<b>Teléfono</b>	51
<b>Redes Sociales</b>	11%
<b>Recomendaciones</b>	0%
<b>Correo Electrónico</b>	10%
<b>Portal Web des establecimiento</b>	0%
<b>Agencia de Viaje</b>	10%
<b>Convenios empresariales</b>	0%
<b>Booking/Expedia</b>	13%
<b>Otros/especifique</b>	5%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.15.10 En que medios conoció la publicidad del hostel

En la variable ¿En qué medios conoció la publicidad del Hostel? se pudo definir el siguiente resultado. Los turistas han llegado a conocer el hostel Posada del Ángel a través de internet con un 45% seguido por redes sociales, agencias de viajes y Booking/Expedia.

Tabla 19

## Medios de publicidad

**10. ¿Qué medio conoció la publicidad del hostel Posada del Ángel?**

<b>Tv</b>	0%
<b>Tarjetas/Flayers</b>	0%
<b>Radio</b>	0%
<b>Redes sociales</b>	21%
<b>Internet</b>	45%
<b>Agencias de viajes</b>	12%
<b>Página web oficial</b>	0%
<b>Revistas/periódicos</b>	0%
<b>Booking/Expedia</b>	13%
<b>Otros/ especifique</b>	9%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

**2.15.11 El hostel Posada del Ángel cumplió con todos los servicios ofertados**

Con respecto a la variable de la encuesta el hostel Posada del Ángel, cumplió con todos los servicios ofertados, en la cual se pudo definir el siguiente resultado se obtuvo un porcentaje del 100% de huéspedes que mencionan que el hostel Posada del Ángel cumple con los servicios ofertados. ¿Cumplió con todos los servicios ofertados? en la cual se pudo definir el siguiente resultado se obtuvo un porcentaje del 100% de huéspedes que mencionan que el hostel Posada del Ángel cumple con los servicios ofertados.

Tabla 20

## Servicios ofertados

**11. ¿El hostel Posada del Ángel cumplió con todos los servicios ofertados?**

<b>Si</b>	100%
<b>No</b>	0%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.



## 2.15.12 Le gustaría recibir notificaciones sobre ofertas y promociones del hostel

Según la variable de la encuesta ¿Le gustaría recibir notificaciones sobre ofertas y promociones del hostel Posada del Ángel? en la cual se pudo definir el siguiente resultado la mayoría de los huéspedes si desean recibir notificaciones sobre cualquier oferta o promoción que realice el hostel, contando con un 52% de si en comparación de que el 48% de los huéspedes dieron como respuesta de no.

Tabla 21

*Ofertas y promociones del Hostel*

### 12. ¿Le gustaría recibir notificaciones sobre ofertas y promociones del hostel Posada del Ángel?

<b>Si</b>	52%
<b>No</b>	48%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

## 2.15.13 ¿Qué es lo que más le gusto del hostel?

En la variable ¿Qué es lo que más le gusto del hostel Posada del Ángel? Se obtuvo que, Lo que más les agrado a los huéspedes durante su estadía en el hostel fue calidad- precio con un 46% continuo del 33% de atención al cliente y por último un 21% de instalaciones.

Tabla 22

*Preferencias de los huéspedes*

### 13. ¿Qué es lo que más le gusto del hostel Posada del Ángel?

<b>Calidad – Precio</b>	46%
<b>Atención al cliente</b>	33%
<b>Instalaciones</b>	21%
<b>Ninguno</b>	0%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

#### 2.15.14 Publicidad verídica

Con respecto a la variable ¿La publicidad que Ud. observo del hostel Posada del Ángel es verídica de acuerdo a la presentación de su página web? se obtuvo que hostel no difunde publicidad engañosa con respecto al hostel, como resultado obtuvimos que el 91% de los huéspedes han recibido y han visto que el hostel presenta tal y como es el establecimiento. Mientras que un 9% de huéspedes han visto que no todo lo que está en su página oficial es verídico.

Tabla 23

Publicidad verídica del Hostel

---

**14. ¿La publicidad que Ud. observo del hostel Posada del Ángel es verídica de acuerdo a la presentación de su página web?**

---

<b>Si</b>	91%
<b>No</b>	9%

---

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

#### 2.15.15 Falencias durante la estadía

En la variable qué falencias ha detectado en del hostel Posada del Ángel durante su estadía. En la cual se pudo definir que con el 85% de los huéspedes opinan que no encuentran falencias dentro del establecimiento, mientras que el restante ha llegado a decir que en su estadía la limpieza no está del todo bien junto con la atención al cliente e instalaciones.

Tabla 24

Falencias del establecimiento

---

**15. ¿Qué falencias ha detectado en del hostel Posada del Ángel durante su estadía?**

---

<b>Limpieza</b>	2%
<b>Atención al cliente</b>	6%
<b>Instalaciones</b>	4%
<b>Seguridad</b>	0%
<b>Alimentación</b>	3%
<b>Otros/especifique (NADA)</b>	85%

---

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.15.16 Atención recibida por parte del personal del establecimiento

Con respecto a la variable atención recibida por parte del personal del establecimiento, se obtuvo que el 67% los huéspedes se sienten muy satisfechos con la atención que reciben durante el ingreso hasta el final de su estadía seguido con un 33% que han demostrado con un satisfecho en su hospedaje.

Tabla 25

#### Atención al cliente

**16. ¿Cómo fue la atención que Ud. recibió de parte del personal durante el ingreso del establecimiento?**

<b>Muy satisfactorio</b>	67%
<b>Satisfactorio</b>	33%
<b>Medianamente</b>	0%
<b>Insatisfactorio</b>	0%
<b>Nada Satisfactorio</b>	0%

Nota: Elaboración propia en base a la información levantada en el hostel Posada del Ángel en diciembre y enero de 2018.

### 2.16 Creación del perfil del usuario de Posada del Ángel

Dentro del análisis para la creación del perfil del huésped del Hostel Posada del Ángel se tomó en cuenta la investigación realizada mediante las encuestas aplicadas, se obtuvo la siguiente información.

En el hostel Posada del Ángel existen dos targets el primero que son turistas con un rango de edad de 40 a 49 años con un porcentaje de 22%, en segundo lugar, de turistas de 20 a 29 años con un porcentaje de 21% y un tercero que podría ser un nicho de mercado de turistas de 50 a 59 años con un porcentaje de 19%. Con los siguientes atributos: Los huéspedes de la Posada del Ángel son turistas nacionales e internacionales como resultados se afirma que la mayoría de visitantes del Hostel Posada del Ángel proviene de Francia, estos huéspedes, son mayormente de género masculino con un 57%, con un rango de edad de 40-49 años el cual es un porcentaje del 22%, el presupuesto que gastan por noche es de \$50-\$100 con un porcentaje de 55%, la mayor parte de los huéspedes visitan la ciudad por motivo de vacaciones y turismo con



un porcentaje del 84%, también los huéspedes que frecuentan el hostel cuentan con un nivel de educación de tercer nivel con un porcentaje de un 75%.

La mayor parte de los turistas que se hospeda en el Hostal Posad del Ángel han arribado a la ciudad de Cuenca, realizando una reserva con anterioridad mediante teléfono con un porcentaje de porcentaje de un 51%. El medio de publicidad más frecuentado para informarse sobre el Hostal es en redes sociales con un porcentaje del 45%. Además, los huéspedes están conformes con los servicios ofertados del establecimiento el cual hace que los huéspedes estén conformes con el hospedaje que reciben dentro de este.

## 2.17 Análisis del Posicionamiento

En cuanto al análisis del posicionamiento competitivo se entiende como un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo (Gonzales, 2001).

Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia futura para mejorar el posicionamiento del Hostal Posad del Ángel, para ello deberemos conocer la aceptación del establecimiento hotelero en el público interno como externo de cómo la empresa es escogida por los huéspedes en el entorno turístico de la ciudad.

A continuación, se presentan las fórmulas de aplicación para exponer el porcentaje de ocupación del Hostal Posada del Ángel.

**Habitaciones disponibles**= número de habitaciones \* días del mes

**% de ocupación**= 
$$\frac{\text{Habitaciones ocupadas}}{\text{Habitaciones disponibles}}$$

**% de ocupación anual**= 
$$\frac{\text{suma total de los porcentajes mensuales}}{\text{Numero de meses del año}}$$



Actualmente el hostel Posada del Ángel cuenta con 71 % de ocupación anual es decir que sobrepasa más del 50% de ocupación anual esto es un buen resultado ya que el Hostel Posada del Ángel tiene optimas ventas todo el año a pesar de tener temporadas bajas en la ciudad de Cuenca este establecimiento hotelero es rentable en sus ventas y preferido por los turistas que visitan la ciudad, en la siguiente tabla 26 se presenta los detalles de porcentajes de ocupación por mes en el establecimiento del año 2018.

Tabla 26

*Porcentaje de ocupación anual del Hostel Posada Ángel*

<b>Nivel de Ocupación Anual del Hostel Posad del Ángel (2018)</b>					
<b>Meses</b>	<b>Días del mes</b>	<b>Habitaciones disponibles al mes</b>	<b>Habitaciones ocupadas al mes</b>	<b>porcentaje de ocupación al mes</b>	
<b>Enero</b>	31	651	327	50%	
<b>Febrero</b>	28	588	428	72%	
<b>Marzo</b>	31	651	475	73%	
<b>Abril</b>	30	600	528	88%	
<b>Mayo</b>	31	651	410	63%	
<b>Junio</b>	30	600	527	87%	
<b>Julio</b>	31	651	524	80%	
<b>Agosto</b>	31	651	514	79%	
<b>Septiembre</b>	30	600	378	63%	
<b>Octubre</b>	31	651	452	69%	
<b>Noviembre</b>	30	600	423	71%	
<b>Diciembre</b>	31	651	297	45%	
<b>Promedio de ocupación anual</b>				<b>71%</b>	

Nota: Elaboración propia realizada en base a los datos del libro de reservas del 2018 del hostel Posada del Ángel prestados por la propietaria A. Bizzotto.



## 2.19 Análisis de la categorización del Hostal Posada del Ángel

La categorización asignada al Hostal Posada del Ángel según el catastro de alojamiento del 2017 es la de Hotel, en el cual, se especifica que el número de habitaciones debe ser mayor a 8, y el Hostal Posada del Ángel tiene 21 habitaciones. Además, cumple con los permisos legales necesarios para llevar acabo sus actividades de alojamiento como el permiso de bomberos, licencia anual de funcionamiento y el registro en el catastro. En la siguiente tabla 27 se exponen la información del catastro del Hostal, emitidos por parte del Ministerio de Turismo para categorizar dichos establecimientos.

*Tabla 27*

*Datos comparativos del catastro de alojamiento con los datos del establecimiento*

Nota:

Datos de acuerdo al Catastro de alojamiento 2017.

Nombre del Hostal	Hostal Posada del Ángel
Representante legal	Daniel Hernández Pozzo
Actividad	Alojamiento
Categoría	dos estrellas
Clasificación	Hotel
Dirección	Simón Bolívar 14-11, Cuenca
Teléfono	<a href="tel:(07)284-0695">(07) 284-0695</a>

Elaboración propia realizada con base a la información del catastro de alojamiento del 2016. Comparación con la información del catastro de alojamiento con la información del hostal.



## 2.20 Análisis de la demanda

En cuanto a mercado turístico según el sitio web de Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas señala que al “conjunto de turistas se denomina demanda, ya que de manera individual o colectiva” buscan satisfacer sus necesidades turísticas tanto en servicios como productos (Mamani Villasante, 2016, párr 2).

El Ecuador recibe alrededor de 1,4 millones de visitas al año, no obstante, al país le falta potenciar sus sitios turísticos. La demanda se centra en los siguientes servicios: gastronomía, alojamiento, lugares turísticos y transporte por el consumo de los turistas (Carrillo , 2017).

### 2.20.1 Clasificación de la demanda

**Como menciona Panosso (2012), “la demanda turística es el total de las personas participantes en actividades turísticas”, ejemplifiquemos estos se basa por el resultado cuantificada por el número de llegadas y salidas de visitantes o por estadísticas de ingresos de dinero.**

### 2.20.2 Demanda turística real

En cuanto a esta demanda se refiere a aquellos turistas que realmente están viajando, es decir, aquellas personas que están satisfaciendo sus necesidades al visitar un destino ya sea solo, con amigos o familia y a su vez disfrutar del lugar, así mismo de conocer nuevas personas, cultural, etc., fácilmente medible y que comprende las estadísticas sobre el turismo

### 2.20.3 Demanda turística suprimida

Con respecto a esta demandad son aquellos turistas que desean viajar, pero existen diversas razones que se los impiden. Se pueden dividir en:



### **2.20.3.1 Demanda potencial**

Por otra parte, esta demanda es aquella demanda en que los turistas que tarde o temprano viajarán, pero que no puede hacerlo inmediatamente o cuando le gustaría, por factores propios que se lo impiden, por ejemplo, falta de disponibilidad de vacaciones o estar ahorrando para el viaje.

### **2.20.3.2 Demanda diferida**

Esta demanda es aquella que los turistas por problemas debidos a los proveedores (por ejemplo, falta de lugares de hospedaje o en el transporte), al clima, u otros, se ve obligada a posponer un viaje hasta otra fecha. **Kotler** y Armstrong (1993) denominan a este tipo de demanda excesiva, haciendo referencia en los casos en los que la demanda de un producto o servicio supera la oferta.

### **2.20.3.3 No demanda turística**

Esta demanda es aquella en que a los turistas les gustaría viajar, pero nunca tendrá disponibilidad para ello, ya sea por falta de dinero, problemas de salud, falta de tiempo, etc.

### **2.20.4 Comportamiento actual de la demanda**

Según el boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca: La estimación del total de personas hospedadas en establecimientos, de todas las categorías, de acuerdo al catastro del 2015 con los 126 establecimientos que se registran oficialmente, el promedio de extranjeros que arribaron a Cuenca por mes alcanzó las 8.429 personas, mientras que ecuatorianos que usaron servicios de hospedaje por mes sumo 18.595 huéspedes. Adema se estimó que en el año 2.016 se hospedaron 88.788 extranjeros y 20.1372 (Serrano, y otros, 2018).



### **2.20.5 Clasificación de la demanda de Hostal Posada del Ángel**

En cuanto a los grupos que más frecuentan el hostal Posada del Ángel son los siguientes: adultos mayores, ejecutivos, grupos de turistas de las agencias de viajes, según el resultado de las encuestas realizadas en el hostal Posada del Ángel.

### **2.20.6 Segmentación de mercado**

En la segmentación, entendiéndose como el proceso de dividir un mercado potencial en diferentes subconjuntos de consumidores que tengan una necesidad o característica en común y seleccionar como objetivo uno o varios segmentos, para redefinir un grupo en específico (Pride, 2014).

Así, dentro el estudio de investigación el segmento de mercado del Hostal Posada del Ángel luego de aplicar la metodología elaborada en las encuestas, se llegó a la conclusión que: El hostal Posada del Ángel cuenta con diferentes segmentos de mercado, siendo los más comunes los siguientes: turistas adultos, con una edad de 30-70 años, ejecutivos con una edad de 28-40 años, grupos con una edad de 8-40 años. Los huéspedes de mayor demanda en el Hostal Posada del Ángel son de origen de países como: Holanda, Francia, Alemania, Estados Unidos y huéspedes nacionales en preferencia de la región costa.

### **2.20.7 Perfil del visitante**

El tipo de segmentación de mayor demanda que recibe el hostal Posada del Ángel, provienen de país como: Ecuador, Francia y Estados Unidos, el motivo principal de visita es vacaciones y turismo, con un nivel de educación en su gran mayoría de tercer nivel y con un rango de edad de 40-49 años. Esta información se expone en se basa a las encuestas realizadas.



# **CAPÍTULO 3: ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR EL POSICIONAMIENTO DEL HOSTAL POSADA DEL ÁNGEL**



### **3. Estrategias para impulsar el posicionamiento del hostel Posada del Ángel**

Para lograr los objetivos del hostel Posada del Ángel, se exponen una serie de actividades a desarrollarse en el futuro para mejorar algunos aspectos, donde existe carencia de: innovación o estrategias y así lograr captar el interés de visita de los futuros huéspedes. A continuación, se planea estrategias para el mejoramiento del posicionamiento competitivo del Hostel Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca.

#### **3.1 Estrategias a corto plazo**

En cuanto se refiere a estrategias a corto plazo son aquellas que están ideadas con el objetivo de obtener resultados inmediatos, son actividades diarias, rápidas y puntuales que se deben realizar en la empresa, para conseguir el cumplimiento de sus objetivos, que aporten un valor en el futuro (Mayas, 2019). Además, estas estrategias a corto plazo son vitales para el Hostel Posada del Ángel, porque son acciones a seguir que pueden ayudar a incrementar y mejorar servicio dentro del establecimiento.

El hostel Posada del Ángel tiene las siguientes estrategias de corto plazo que deben ser cumplidas en un periodo de tres meses:

- Remodelación de los cuartos de baños de las habitaciones del establecimiento, para una mejor comodidad del huésped y además para ser una empresa responsable con el medio ambiente implementando llaves de agua con sensores de movimiento para el ahorro de recursos hídricos.
- Rediseñar la parte superior del hostel para ganar un mejor espacio para los huéspedes. Cabe mencionar que, en el mes de agosto del año anterior se pintó las paredes de áreas comunes y de algunas habitaciones que necesitaban ser cambiadas, esto mejoró la presentación y comodidad del huésped dentro del establecimiento.
- Consolidar el restaurante Mangiare Bene con El Hostel Posada del Ángel. Esta es una sugerencia a los dos establecimientos ya que se pudo admirar en el proceso



de realización del presente trabajo, que si hubiera la oportunidad de adherir a estos establecimientos se daría un plus en la oferta de los dos productos, se complementarían el servicio de alojamiento conjuntamente con el servicio de alimentos y bebidas dando una alternativa al huésped en comida y deleite dentro de una sola empresa.

- Realizar un marketing interno con el recurso humano que labora en el hostel. Dentro de toda empresa lo más importante es el personal que trabaja dentro de la misma, ya que este es el capital humano que desarrolla las diferentes actividades en todas las áreas del establecimiento para lo cual debe estar capacitado y preparado para una correcta atención al cliente, por lo cual se propone trabajar en esta alternativa aplicando lo siguiente: un análisis Pest, dentro del centro hotelero,

### **3.1.1 Propuesta de Marketing interno para empleados (Método Pest)**

Se entiende por PEST a la herramienta que las compañías usan para investigar y analizar su entorno proporciona información para interpretar las razones del crecimiento de la empresa en el mercado, mediante factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos; cuyas iniciales dan el nombre a este método (Martín, 2017).

El diagnostico PEST se aplica al capital humano dentro de la empresa, este proporciona información, así mismo ayudará como guía para mejorar los distintos factores que podrían perturbar o favorecer al hostel Posada del Ángel.

### **3.1.2 Factores políticos**

Con relación a los factores políticos principales a los cuales deben atenderse los establecimientos de alojamiento por orden gubernamental, son los permisos de funcionamiento de un establecimiento que presta los servicios de hospedaje, reglamento sanitario, registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, etc.

Además, cabe mencionar que los días de feriado programados para el 2019 en la ley de feriados del país ya que existen ciertas festividades en las que los turistas





nacionales visitan la ciudad de Cuenca, como por ejemplo en noviembre en sus fiestas de independencia, en el pase del niño viajero en diciembre entre otras.

En la siguiente tabla 28 se puede visualizar los días festivos y de vacaciones en el país.

*Tabla 28*

*Días festivos y vacaciones en el Ecuador*

Feriado	Fecha (año 2019)	Observación
Año nuevo	Martes 1 enero	
Carnaval	Lunes 4 y martes 5 de marzo	No recuperable
Viernes santo	Viernes 19 de abril	No recuperable
Día del trabajo	Miércoles 1 de mayo	No recuperable
Batalla de Pichincha	Viernes 24 de mayo	
Primer grito de independencia	Sábado 10 de agosto	Cae en fin de semana
Independencia de Guayaquil	Viernes 11 de octubre (correspondiente al 9 de octubre)	No recuperable
Día de difuntos e independencia de Cuenca	Sábado 2 y domingo 3 de noviembre	Cae fin de semana
Navidad	Miércoles 25 de diciembre	No recuperable
Fin de año	Lunes 30 y martes 31 de diciembre	Puente recuperable

Nota: Elaboración propia realizada con base a la información de la ley de feriados nacionales del Ecuador

En definitiva, los factores políticos establecen reglamentos que se deben cumplir para desarrollar esta actividad turística, pues estos afectan de manera directa al Hostal Posada del Ángel ya que está regido por el gobierno.

### 3.1.3 Factores Económicos

Según el diario El Comercio (2018) la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) sostiene que la economía del Ecuador crecerá en un 2.0% el presente



año; la misma que se sostiene en seis sectores como enseñanza y salud, transporte, agricultura, construcción, petróleo y manufactura.

Según el diario El Comercio (2018) la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) sostiene que la economía del Ecuador crecerá en un 2.0% el presente año; la misma que se sostiene en seis sectores como enseñanza y salud, transporte, agricultura, construcción, petróleo y manufactura (Lideres, 2013).

Este es un factor de vital importancia para el país en general ya que incide en la economía del mismo además esto involucra a todos los habitantes pues ya sea en diferentes trabajos ayuda a sostener la esta economía. Asimismo, afecta dentro y fuera del Hostal Posada del Ángel debido a que esto influye sobre sí es o no rentable la empresa en el mercado, las ganancias y además involucra el presupuesto de los turistas nacionales y extranjeros para visitar la ciudad.

### **3.1.4 Factores Sociales**

Los factores sociales influyen en el entorno de las actividades turísticas, pues el estilo de vida de los pobladores, ayudan a crear tradiciones y costumbres que hacen que a los turísticos les interese visitar la ciudad de Cuenca por ende buscar un sitio de hospedaje ayudando al hostal Posada del Ángel preste sus servicios a estos turistas en el mercado de la ciudad.

### **3.1.5 Factores tecnológicos**

Dentro del Hostal Posada del Ángel se aplica este factor debido a que el uso de la tecnología está presente en las diferentes actividades que son realizadas por el personal en diferentes funciones como: en la limpieza con el uso de aspiradora, lavadora etc.



### 3.1.6 Factores ecológicos.

En el Hostal Posada del Ángel, estos factores son de vital importancia pues, esta empresa desea en el futuro llegar a ser una empresa sostenible con el medio ambiente y contribuir con la sociedad. Por lo cual ya han desarrollado estrategias de reciclaje, cuidado y prevención del uso del agua entre otras que ayudan a la empresa a ponerse en buen camino para llegar a cumplir este objetivo.

**Para finalizar, este método brinda información al Hostal Posada del Ángel de su entorno interpretando las razones del crecimiento y declive en el mercado turístico Cuencano.**

Dentro del plan de marketing interno para la empresa hotelera se propone también, que el personal esté preparado y con conocimientos de las funciones que ellos realizan lo siguiente:

### 3.2 Capacitaciones al personal

Este punto es de mucha importancia ya que capacita al personal de la empresa y hace que tenga una mejor destreza al momento de atender al cliente, dentro del establecimiento el personal menciona que desearía tener clases como inglés, computación y servicio al cliente una vez al año para ellos mantenerse actualizados y aprender.

### 3.3 Motivación

En la Hostal posada del Ángel se recomienda motivar a los empleados con los siguientes incentivos como:

- Sorteos de cenas en restaurantes de primera de la ciudad.
- Que se escoja el empleado del mes y este un premio como tickests para alojamiento en hosterías, cenas en algún restaurante, tickests turísticos etc.



- Sorteos de tickests de los recorridos en los buses de dos pisos para el empleado que sea siempre puntual.
- Aumento de un 5% del salario al empleado del mes como reconocimiento del trabajo elaborado.

En conclusión, esto hará que los empleados del Hostal Posada del Ángel tengan una motivación y fidelidad a la empresa.

### **3.4 Estrategias a mediano plazo**

Por otra parte, están las estrategias a mediano plazo fundamentalmente aplican etapas a seguir para lograr las metas a largo plazo, en un periodo superior a un año y menos a cinco años (Mayas, 2019). Dicho de otra manera, son una serie de pasos para completar un proceso en un tiempo determinado de acuerdo a las necesidades de la empresa hotelera.

#### **3.4.1 Promoción**

En el libro Fundamentos de marketing definen la promoción “*como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo*” ( Stanton, Etzel, Walker, & Ortiz Staines, 2007).

Así pues, la promoción es una serie de actividades a ser realizadas por parte del vendedor en un servicio o producto, para captar la atención del mismo posicionándolo en la mente del consumidor, motivándolo a que adquiera dicho producto o servicio.

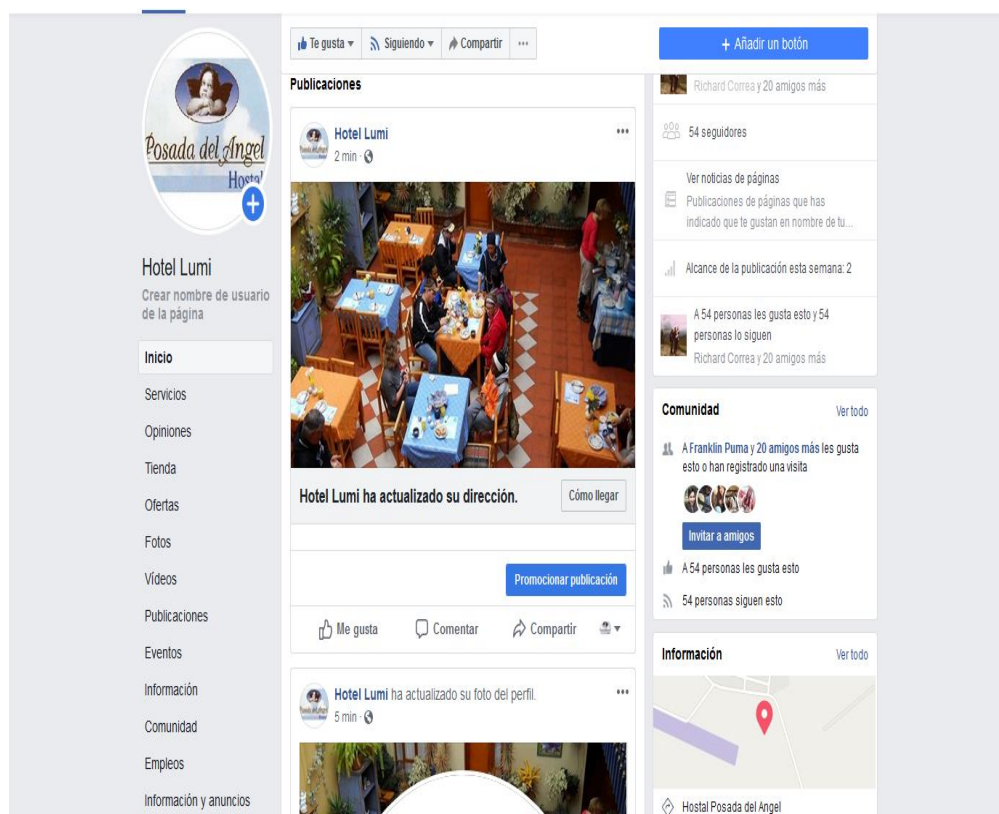
La promoción de un producto es de vital importancia, dentro de toda empresa y la de alojamiento no es la excepción, ya que esta es una opción para incrementar el marketing en la oferta de sus servicios, pues mejora de forma creativa a informar y persuadir a los clientes de acuerdo a sus necesidades para que adquieran un producto. Por otro lado, es importante saber el cómo promocionar un producto a un segmento definido de consumidores, para planificar y posteriormente implementar estrategias en la empresa.

En la actualidad la sociedad en general está muy involucrada con la tecnología por ende con el manejo de sitios web, redes sociales, etc. Son nuevas estrategias online para realizar marketing de un producto, en el Hostal Posada del Ángel ayudara a ofertar sus productos y a incrementar sus ventas. Además, este establecimiento no cuenta con un departamento de Marketing para desarrollar dichas estrategias por lo cual se recomienda designar una persona para que las maneje.

En el Hostal Posada del Ángel tiene programado para este año implementar acciones para cumplir con su objetivo, de promocionar la empresa mediante redes sociales, debido a que se observa que esta es una herramienta muy importante hoy en día, para transmitir información y promocionar el establecimiento, llegando al público en general de manera fácil y rápida.

A continuación, se presentan la figura 6 de la futura creación de las siguientes redes sociales.

*Figura 6.* Página de Facebook de la Hostal Posada del Ángel. Las autoras de este trabajo de investigación crearon la página de Facebook para el hostal Posada del Ángel.





### 3.4.2 Convenios

También por otro lado la Hostal Posada del Ángel desea establecer convenios con agencias de viajes como alianzas estratégicas, para el establecimiento, para poder promocionar paquetes turísticos locales como, por ejemplo: visitas a los cantones más representativos de la provincia y así brindar más alternativas a sus huéspedes para que conozcan los sitios turísticos de la zona y vender estos paquetes a sus propios huéspedes.

El hostel Posada del Ángel trabaja con las siguientes agencias de viajes:

- Ecoleviajes
- Viventure
- ATC
- PurEcuador
- HappyGringo
- Adoretravel
- Sount america de Quito
- Latin Frontiel

#### Hoteles

- Selina
- Manso
- Vilca Luna

### 3. 5 Análisis Marca

El concepto de marca tiene muchos significados, los cuales hacen que sea interpretado como una entidad multifacética. En su proceso de evolución, la marca empezó siendo un signo (antigüedad), después fue un discurso (edad media), luego un sistema memorístico (economía industrial), hasta convertirse hoy en un fenómeno complejo (economía de la información, cultura de servicio, sociedad del conocimiento) que incluye



al mismo tiempo las anteriores concepciones (símbolo, discurso, sistema de memoria) y muchas otras cosas más: objetos de deseo y de seducción; sujetos de seguridad; fetiches; espejos idealizados (Costa, 2004).

La definición comercial de marca plantea que “es un nombre, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, cuyo propósito es designar los bienes o servicios de un fabricante o grupo de fabricantes, y diferenciarlos del resto de los productos y servicios de otros competidores” (Kotler, 2001).

Hostal Posada del Ángel tiene una marca comercial ya posicionada en la mente de sus clientes ya que la mayoría de huéspedes vuelven a hospedarse en él, ya que se han convertido en clientes fieles a la marca del centro de hospedaje por sus gustos y preferencias de los servicios que ofertan, y como resultado tiene 71% anual de ocupación.

### **3.6 Estrategia a largo plazo**

**Finalmente, las estrategias a largo plazo** son aquellas actividades o procesos que se aplica en la empresa que se desea lograr, del tiempo actual a unos diez años o más (Mayas, 2019). En concreto son pasos de un proceso que lleva más tiempo en una empresa cumplir, con mayores actividades de empleo para cumplirlos. El hostal Posada del Ángel tiene como objetivo a largo plazo posicionarse en el mercado turístico cuencano, y siempre estar entre los 10 mejores centros de hospedaje de la ciudad.

### **3.7 Programa de acción de las estrategias**

Por lo antes expuesto en el capítulo dos se analizó la matriz CANVAS, y el mix de marketing, a continuación, se presenta a detalle las estrategias del plan de marketing mix para el Hostal Posada del Ángel.

#### **3.7.1 Programa de acción de estrategias**

**La planificación de estrategias es un proceso que precede al control de gestión de una empresa, el cual permite hacer el seguimiento de los objetivos para desarrollar y cumplir con su misión este es un proceso de mejora continua de cómo están**



**funcionando las estrategias implementadas para la toma de decisiones dentro de la empresa** (Armijos, 2009).

En palabras más sencillas son procesos que las estrategias deben seguir para poder ser desarrolladas en un tiempo determinado que se debe cumplir los objetivos a largo y corto plazo.

### **3.7.2 Estrategias de producto**

**Por el momento hostel Posada del Ángel no cuenta con un programa o plan de acción, sin embargo, se propuso algunas estrategias para el establecimiento:**

- Mantener el slogan y logotipo del Hostal.
- Implementar promoción y oferta en redes sociales
- Equipar un área del Hostal con música ambiental.

### **3.7.3 Promoción**

En el libro Fundamentos de marketing definen la promoción *“como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”* ( Stanton, Etzel, Walker, & Ortiz Staines, 2007).

Así pues, la promoción es una serie de actividades a ser realizadas por parte del vendedor en un servicio o producto, para captar la atención del cliente motivándolo a que adquiera dicho producto o servicio.

La promoción de un producto es de vital importancia, dentro de toda empresa y la de alojamiento no es la excepción, esta es una opción para incrementar el marketing en la oferta de sus servicios, pues mejora de forma creativa a informar y persuadir a los clientes de acuerdo a sus necesidades. Por otro lado, es importante saber el cómo promocionar un producto a un segmento definido de consumidores para planificar y posteriormente implementar estrategias en la empresa.





A continuación, se presentan alternativas de promociones que se pueden desarrollar en el futuro dentro del Hostal Posada del Ángel: paquete escapada romántica cuencana, cena romántica, primera comunión, desayunos en la cafetería con estilo buffet y paquete cultural cuencano.

### **3.7.3.1 Paquete escapada Romántica Cuencana**

Este paquete netamente será ofertado para parejas aplicada al fin de semana implementando los paquetes turísticos para visitar diferentes cantones de la ciudad mencionados anteriormente (Gualaceo y Paute) esta incluirá cena romántica, pétalos de flores y velas en la habitación.

Incluye

- Hospedaje en la Hostal Posada del Ángel (tres días y dos noches)
- Transporte de ida y venida
- Balneario en la Hostería Santa Barbara (Gualaceo)
- Almuerzo
- Cena
- Parapente (Paute)

Este paquete está a tan solo \$ 315,48 más impuesto.

### **3.7.3.2 Cena romántica**

Esta oferta comprenderá una mesa decorada con adornos arreglos florales velas, botella de vino, bocaditos de frutas en el restaurante Mangiare Bene.

Incluye:

- Decoración con pétalos de rosas
- 2 entremés
- 2 platos fuertes
- 2 postres románticos



- 1 botella de vino

Desde: \$89,99 incluye impuestos para 2 personas

Horario de 19:00 pm a 22:00 pm

### **3.7.3.3 Primera comunión**

En la cafetería se puede promocionar con menús festivos para celebraciones con reservas anticipadas. Además de promocionar el local de dulces localizado en la parte del frente del Hostal llamado FRESCO que se puede ofertar chocolates, dulces, postres decorativos como recuerdo para estas fechas.

Incluye

- Decoración en la cafetería de la Hostal Posada del Ángel
- Menú de comida
- Postre
- Recuerdo y fotos

Máximo de 45 personas a tan solo a \$300,00 más impuestos

### **3.7.3.4 Desayunos en la cafetería con estilo buffet**

Este servicio se puede implementar y ofertar todas las mañanas desde las 6 am hasta las 10am para todo público como: grupo de amigas, familias y mediante concursos por redes sociales, promocionar la oferta gastronómica variada que se presentara en los desayunos.

### **3.7.3.5 Paquete Cultural Cuencano**

Esta oferta se implementará con recorridos turísticos por el centro histórico de la ciudad, visitando las iglesias más representativas de la ciudad, incluirá refrigerio, visita a museos de la ciudad y finalmente arribo al hostal.



## Incluye

- Transporte
- Guía turístico
- Recorrido de la Iglesia Inmaculada Concepción, Iglesia San Blas, Iglesia del Vergel e Iglesia de Turi.
- Refrigerio (sanduche de pernil con gaseosa)

Duración: 2 horas y 30 minutos

Valor: \$ 10,00 adultos y \$7,50 los niños

### 3.8 Estrategias de precio

**“Son líneas a seguir por las empresas a la hora de establecer el precio de sus bienes o servicios, en efecto el precio de un producto se relaciona con el marketing que realiza la empresa, de esa manera se basa en la fijación de precios a diferentes niveles menores, mayores o iguales dependiendo de la intención inicial y la imagen que quiera trasladar”, escrito por (Sánchez, s.f.).**

**Dentro del hostel Posada del Ángel los precios van de acuerdo al tipo de habitación y por los servicios que oferta. Las estrategias que se quiere mantener en el establecimiento son:**

- Mantener los precios en habitaciones y restaurante.
- Ofertar descuentos y paquetes en temporada baja.
- Ofertar promociones en el hostel y restaurante.

### 3.9 Estrategias de plaza

**También conocida como estrategias de distribución, se refiere a la elección de un punto de venta la cual se escoge para las futuras ventas de un servicio o producto, asimismo se determinará la forma en que los productos serán trasladados hacia el punto de venta (Flores, s.f.).**



Así, Hostal Posada del Ángel tiene realizar en un futuro lo siguiente:

- Actualizar las páginas sociales con nuevas ofertas y promociones.
- Subir videos y fotos. reconocidos.

### **3.10 Estrategias de promoción**

Conviene subrayar que las estrategias de promoción están dentro de las 4´P, cuando se habla de promoción se refiere a las habilidades y destrezas que tiene dicho producto o servicio, utilizada para conocer la información o recordar al cliente y a los futuros consumidores lo que la empresa ofrece. Basado por (Jiménez, 2014).

El establecimiento no cuenta con estrategias de promoción por ello se propone lo siguiente basado en (Cobena & Párraga, 2014).

- Difusión del negocio mediante redes sociales y páginas web.
- Reproducción de trípticos publicitarios.
- Publicar un video publicitario en medios de comunicación
- Efectuar alianzas estratégicas con otras empresas turísticas.

### **3.11 Estrategia de procesos**

En el libro de Administración de operaciones en cuanto a estrategias de proceso el objetivo es buscar y hallar la forma de producir bienes y servicios que cumplan con las expectativas del cliente para la satisfacción del consumidor tanto en precio, calidad, características entre otras (Krajewski, 2008).

Se plantea que dentro del hostal exista:

- Implementación del manual de funciones internas del Hostal Posada del Ángel.
- Obsequiar presentes a los clientes con la marca de la Hostal Posada del Ángel.
-



### 3.12 Rediseño de tríptico promocional

Un Tríptico es un folleto que tiene información de un producto o servicio. Los trípticos actuales del Hostal Posada del Ángel, no son llamativos para los huéspedes ya que gracias a las encuestas se obtuvo que estos no prestan mucha atención a los trípticos del establecimiento a pesar que están en algunas habitaciones.

El rediseño de los trípticos promocionales del Hostal Posada del Ángel detallara todos servicios que oferta el establecimiento.

Se propone rediseñar el tríptico con una forma cuadrada conservando los colores representativos del establecimiento como lo son el color azul y amarillo que caracterizan al Hostal Posada del Ángel, ya que es su distintivo manteniendo la misma información para los turistas que el anterior.

En las siguientes figuras 7 y 8 se muestra el actual diseño de tríptico del establecimiento y una propuesta del nuevo ya rediseñado.



Figura 7. Tríptico actual de la Posada del Ángel. Elaboración del Hostal Posada del Ángel.





Figura 8. Propuesta de tríptico rediseñado. Elaboración propia partir del diseño actual del tríptico del establecimiento.

### 3.13 Creación de página web y redes sociales

El Hostal Posada del Ángel cuenta con su propia página web, sin embargo, los usuarios tienen inconvenientes porque no existen reservaciones on-line.

Esta es una estrategia propuesta para el Hostal Posada del Ángel de vital importancia debido a que el establecimiento no posee un manejo óptimo de las mismas. Se implementa un rediseño de su página web oficial con un nuevo diseño, colores, información y con una opción de reservas en línea etc. El Hostal Posada del Ángel convendría que cuente con la opción de reservaciones on line para una mejor visión, selección y mayor conocimiento de los servicios que ofrece a sus clientes. A continuación, se puede visualizar en la figura 9, la portada actual del portal web del hostel posada del Ángel.

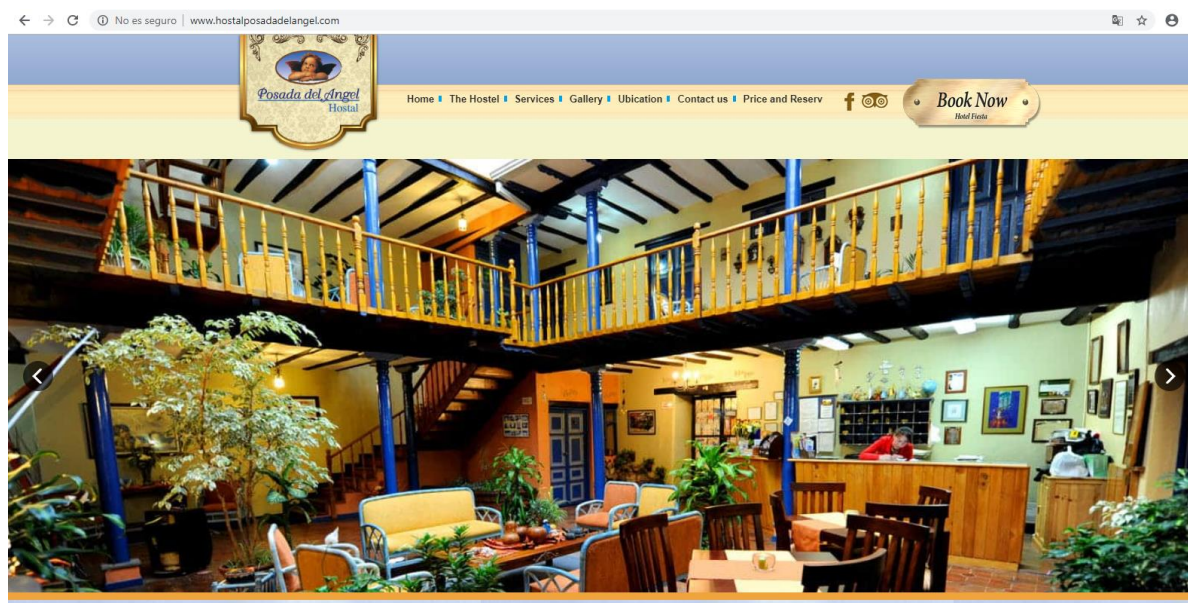


Figura 9. Página web del hostel Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de la información recaudada en el Hostal Posada del Ángel.

La página oficial del establecimiento fue creada en el año 2015 por la Lcda. Alejandra Sánchez, detalla los servicios que ofrecen el hostel, sus precios e instalaciones, una breve historia del comienzo del establecimiento, imágenes, y la ubicación.

Cuenta también con página de Facebook, pero actualmente esta no está disponible y desde en ese entonces no ha habido modificación alguna con respecto a la página oficial, es decir, no se han realizado actualizaciones.



A continuación, se presenta la propuesta del nuevo diseño para la página web del hostel Posada del Ángel en las figuras 10, 11 y 12,

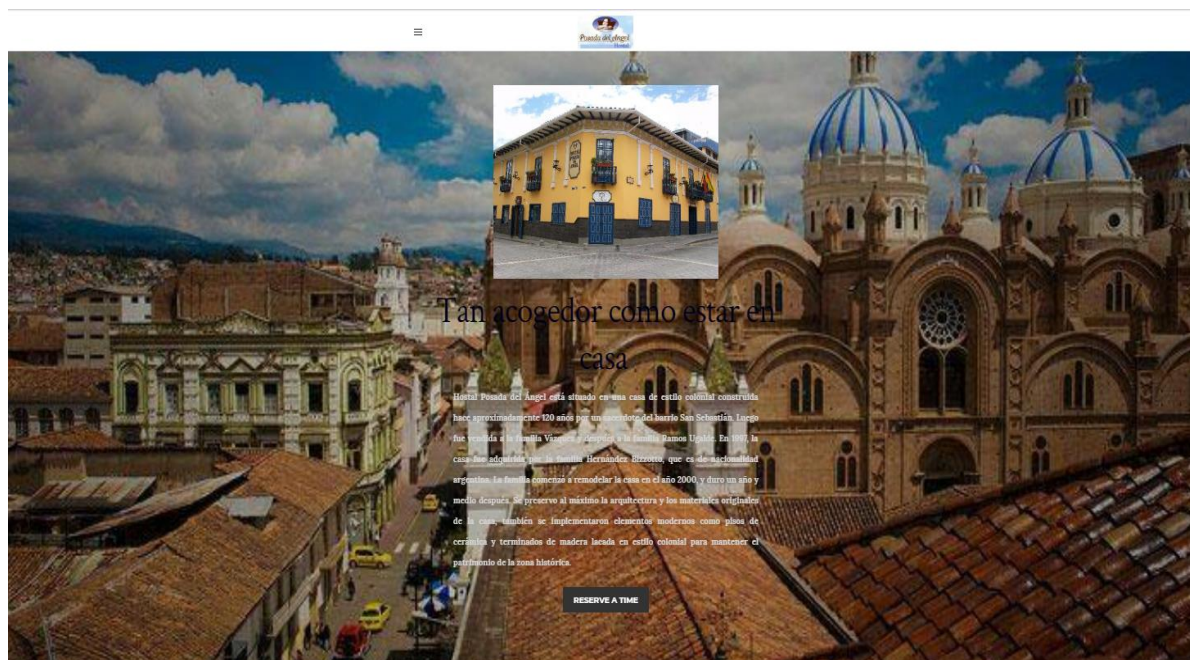
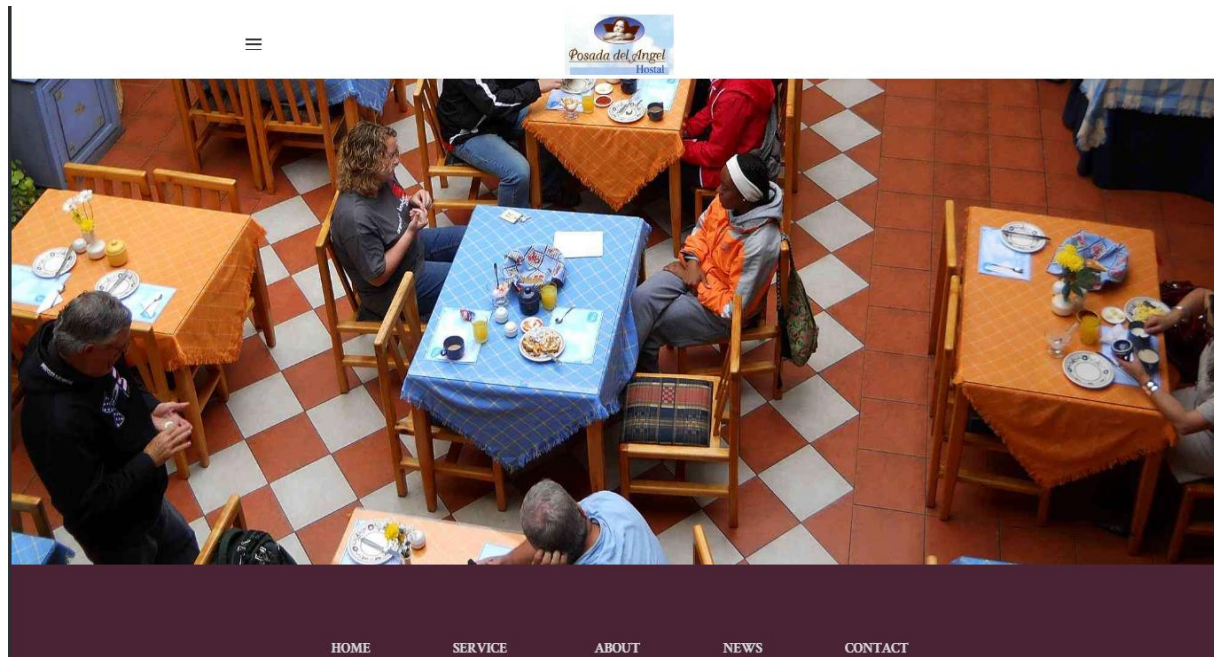


Figura 10. Diseño de la nueva página web del hostel Posada del Ángel. Elaboración propia a partir de información del Hostel Posada del Ángel.



Figura 11. Habitaciones del hostel Posada del Ángel. Elaboración propia en base a información del Hostel Posada del Ángel.



*Ilustración 12.* Cafetería del hostel Posada del Ángel, Elaboración propia a partir de información del Hostel Posada del Ángel.

### 3.14 Evaluación y control

Este punto hay que tener muy presente ya que aquí anticipamos los futuros problemas que pueda tener una empresa. Hostel Posada del Ángel podrá verificar y controlar los procesos de cada una de las estrategias a ser desarrolladas en el establecimiento hotelero, y así poder aplicar reformas o mantener las estrategias aplicadas. A continuación, se expone en la tabla 29 las actividades de control y evaluación:



*Tabla 29*

*Tabla de control y evaluación del plan de marketing*

<b>Corto plazo</b>	En el mes de septiembre el hostel contara en sus habitaciones con baños totalmente cambiados, contando con una buena presión en el agua lo cual esto beneficiara a los huéspedes en su hospedaje para su mayor comodidad.
<b>Mediano plazo</b>	En un periodo de un año y medio Hostel Posada del Ángel implementara un plan de marketing en redes sociales con: video publicitario, ofertas, promocióne, sorteo en sus redes sociales para que de esa manera se llegue a posicionar en el mercado turístico de Cuenca.
<b>Largo plazo</b>	Durante todo el tiempo que se realizarán las actividades antes mencionadas, en un periodo de más de 4 años el hostel llegara a posicionarse entre los 10 mejores hostales en Cuenca y preferencia entre los turistas al momento de hospedaje.

Nota: Elaboración propia, descripción de control y evolución del plan de marketing.



## Conclusiones

En el capítulo tres luego de haber finalizado el diagnóstico de posicionamiento competitivo del Hostal Posada del Ángel frente al mercado turístico de Cuenca, se pudo definir su nivel actual de posicionamiento y las estrategias de marketing, que en el futuro el establecimiento podrá aplicar, de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación. Luego del análisis realizado con las encuestas y entrevistas elaboradas a sus públicos externos como internos, El hostal Posada del Ángel, está bien posicionado en el mercado turístico de nuestra ciudad pues su nivel de ocupación es del 71% anual por lo cual es un negocio rentable y dentro de la percepción de los turistas prefieren visitar y volver a hospedarse en este establecimiento por su atención al cliente, precio y calidad de sus servicios.

El plan de marketing para mejorar el posicionamiento se realizó diferentes estrategias que permitirá difundir y comercializar de una forma más adecuada como rediseño de su página web, rediseño de trípticos, videos publicitarios, etc. Los servicios ofertados en el Hostal Posada del Ángel. Se propuso establecer estas estrategias teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades internas como externas que presenta el Hostal, para ejecutar una serie de acciones en el futuro que proporcionen resultados a corto, mediano y largo plazo.



## Recomendaciones

Para un correcto funcionamiento de las actividades hoteleras luego de recomendar y desarrollar las futuras estrategias para el Hostal Posada del Ángel se definen las siguientes recomendaciones.

Poner en ejecución un plan de marketing y estrategias para el hostel Posada del Ángel. Además, dentro del hostel contar con un profesional encargado de manipular y trabajar todo con respecto a publicidad. Invertir económicamente más en anuncios publicitarios en internet y en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter ya que hoy en día todas las empresas manejan diariamente este medio y es más accesible para todos y todas.

El hostel puede obtener certificados de ser un hostel sustentable ya que muchos turistas ahora para escoger donde alojarse primero ven que tan sostenible es el establecimiento. También un punto clave es de realizar más convenios con empresas privadas y públicas, es decir, con más agencias de viajes, participar en ferias de turismo y hotelería para que tenga mejor posicionamiento en la mente de los consumidores. En el personal interno se recomienda contar con capacitaciones dos veces al año para todo el personal, de atención al cliente, inglés, seguridad entre otras además de motivación al personal con incentivos económicos, empleado del mes, viajes o cenas pagadas por el hostel. En la parte de alimento y bebidas se recomienda brindar otros estilos de desayuno como el tradicional cuencano, buffet para que los huéspedes tengan más variedad en su alimentación.





## Bibliografía.

- Stanton, W., Etzel, M., Walker, B., & Ortiz Staines, M. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Decimocuarta Edición.
- Agencia AFP. (2018, junio 29). Eltelégrafo. *La economía ecuatoriana creció 1,9% en primer trimestre de 2018*. Retrieved from <https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuador-economia-crecimiento-trimestre2018>
- Armijos, M. (2009). *Cepal.org*. Retrieved from Manual de Planificación de estrategias e Indicadores de Desempeño en el Sector Público.: [www.cepal.org](http://www.cepal.org)
- Astudillo, G. (2016, Julio 24). Cuenca tiene el perfil de su turista. *El Comercio*. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/actualidad/cuenca-perfil-turistas-alojamiento-diversion.html>
- Bizzoto, D. H. (2014). *laposadacuencana*. Retrieved from [laposadacuencana](http://laposadacuencana.com.ec/#menu-item-Hotel-LA-POSADA-CUENCANA):
- Briceño, C. (2018, Abril 2018). *Onza*. Retrieved from Onza: <https://onzamarketing.com/el-marketing-mix-de-servicios-las-7-ps/>
- Cajas de herramientas comunitarias. (s.f.). Desarrollar un plan de acción. In C. d. comunitarias, *Desarrollar un plan estratégico, una estructura organizativa y sistema de capacitación*.
- Carrillo, R. (2017, septiembre 18). *dialoguemos*. Retrieved from El Ecuador no es una potencia turística es un país potencialmente turístico : [www.dialoguemos.ec](http://www.dialoguemos.ec)
- Cerna, M. V. (2007). La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. In e. V. Cerna, *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Retrieved from [eumet.net](http://eumet.net).
- Cobeña, D., & Párraga, L. (2014, Noviembre ). PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DEL HOSTAL CARRIZAL INN EN EL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ. *PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DEL HOSTAL CARRIZAL INN EN EL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ*. Calceta, Manabí, Costa .
- Concept.de. (2019). *Conceptos de Redes Sociales*. Retrieved from Concepto.de: <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Conceptos Informáticos*. (2012, Junio 12). Retrieved from Marketing Virtual: <http://ricardosanchez-legislacion-grupo02.blogspot.com/2012/06/9-e-marketing.html>
- Costa, J. (2004). *La imagen de la marca* . Madrid: Paidós Ibérica S.A.



- D'Angelo, S. B. (2008, mayo 06 ). *Poblacion y Muestra* . Retrieved from Poblacion y Muestra : [https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&biw=1366&bih=654&ei=OUaeXPvfGenV5gKm1prgDw&q=muestra+finita+e+infinita+definicion+pdf&oq=muestra+finita+e+infinita+definicion+&gs\\_l=psy-ab.1.1.0i22i30l3.4057.4057..6590...0.0..0.158.158.0j1.....0....1..gws](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&biw=1366&bih=654&ei=OUaeXPvfGenV5gKm1prgDw&q=muestra+finita+e+infinita+definicion+pdf&oq=muestra+finita+e+infinita+definicion+&gs_l=psy-ab.1.1.0i22i30l3.4057.4057..6590...0.0..0.158.158.0j1.....0....1..gws)
- Debitoor . (2007, Enero). Retrieved from Debitoor : <https://debitoor.es/glosario/definicion-de-benchmarking>
- debitoor. (n.d.). *debitoor* . Retrieved from Definición de benchmarking: <https://debitoor.es/glosario/definicion-de-benchmarking>
- Deditoor. (2012). *glosario de contabilidad*. Retrieved from Marketing mix - ¿Qué es el marketing mix?: <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>
- Definicion.De. (2016, Julio). Retrieved from Capacitacion : <https://definicion.de/capacitacion/>
- Economia simplenet. (2016). *Definición de Estudio de mercado*. Retrieved from economiasimple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/estudio-de-mercado>
- El Tiempo. (2018, junio 09). El Tiempo. *El turismo en la ciudad creció en un 28 por ciento*. Retrieved from [www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/corpus-cuenca-turismo-ecuador](http://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/corpus-cuenca-turismo-ecuador)
- El Universo. (2009, diciembre 8). El Universo. *La casa de las posadas data de 1780*. Retrieved from [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)
- Enrique, O. (2003). *Investigacion y estrategias turisticas* . Madrid: COPYRIGHT.
- Espinosa , R. (2013, julio 29). *LA MATRIZ DE ANÁLISIS DAFO (FODA)*. Retrieved from <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Espinosa, R. (2017, Mayo 13). *Welcome to the new marketing*. Retrieved from BENCHMARKING: QUÉ ES, TIPOS, ETAPAS Y EJEMPLOS: <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>
- Federación Hotelera del Ecuador. (2009,). *Revista Turismo y Comercio* (Vol. 2). Guayaquil.
- Federación Hotelera del Ecuador, *Revista Turismo y Comercio*. (2008). Guayaquil.
- Federación Hotelera del Ecuador. *Revista Turismo y Comercio*. (2010). Guayaquil.
- Gardey, J. P. (2010). *Definicion.de*. Retrieved from Definicion de Alojamiento: <https://definicion.de/alojamiento/>
- gestion.org. (s.f.). *Definición de estrategia de producto*. Retrieved from gestion.org: [www.gestion.org/estrategia-de-productos/](http://www.gestion.org/estrategia-de-productos/)



- Gonzales, R. (2001). *Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición*. Madrid:  
<https://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>. Retrieved from Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición.
- Grupo Davila & Davila. (2018). *Grupo D*. Retrieved from Departamento de talento humano: [http://www.grupodaviladavila.com/es/content/departamento-de-talento-humano\\_16.html](http://www.grupodaviladavila.com/es/content/departamento-de-talento-humano_16.html)
- Guia de Benchmarking. (2007, Mayo). *Guia de Benchmarking*. Madrid: Asociacion española de la calidad.
- Henry Flores, E. (s.f.). *Estrategias para la plaza o distribucion*. Retrieved from SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/46050978/Estrategias-para-la-plaza-o-distribucion>
- HERRERA, W. (2015, mayo 26). El Comercio. *La industria hotelera*. Retrieved from [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)
- Hostal La posada cuencana. (n.d.). *Hostal la posada cuencana*. Retrieved from El hostel: <http://laposadacuencana.com.ec/>
- HotelesEcuador.com. (2010, diciembre 8 ). *Hoja de vida* . Retrieved from HotelesEcuador.com: [www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php](http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php)
- International Bussiness School . (2017, mayo 15). *International Bussiness School* . Retrieved from Estudia tu entorno con un PEST-EL: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Ismail, A. (2001). Operaciones y Procesos Hoteleros.Gestion del Alojamiento . In a. Ismail, *Operaciones y Procesos Hoteleros.Gestion del Alojamiento* (p. 35). Espana : Paraninfo Thomson Learning .
- Kotler, P. (2001). *Dieccion de marketing* . Mexico: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion de Mexico.
- Krajewski, L. (2008). *Administracion de las operaciones*. Mexico : Pearson.
- Kye-Sung, & Sparrowe, R. (2001). *Atencion al cliente en hostelería*. Madrid: COPYRIGHT.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). *Marketing* (8va ed.).
- Lideres, R. (2013, Junio 28). *En el Ecuador la economía se sostiene en seis sectores*. Retrieved from <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-economia-sostiene-seis-sectores.html>
- Luis, D. B., Casanovas Plan Josep, & Bosch Camprube Ramon . (2002). *El Consumidor Turistico*. Madrid: Eisc editorial.





- Mamani Villasante, W. (2016, noviembre 24). *Turismo*. Retrieved from Demanda Turística: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Mamani Villasante, W. (2017, marzo 1). *Turismo* . Retrieved from Que es el mercado turistico : <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2017/03/01/que-es-el-mercado-turistico/>
- MANSSUR, K. (2017). *ANÁLISIS DEL PRODUCT PLACEMENT EN PRODUCCIONES*. Guayaquil .
- Martín, J. (2017, mayo 15). *cerem International Business School*. Retrieved from Estudia tu entorno con un PEST-EL: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Mayas, J. S. (2019). *Desarrollo Personal* . Retrieved from Desarrollo Personal : <https://www.sebascelis.com/metas-a-corto-mediano-y-largo-plazo/>
- McCarthy, J., & Perreault, W. (1996). *Marketing :planeación estratégica, de la teoría a la práctica*. Bogota: Santafé de Bogotá :McGraw-Hill.
- Ministerio de Turismo . (2002, diciembre 17). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from Capitulo 1 De los alojamientos, articulo 1: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>
- Ministerio de turismo . (2011, septiembre 16). *Ministerio de Turismo*. Retrieved from Ministerio de Turismo: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- Ministerio de turismo . (2015, noviembre 2). *Ministerio de turismo* . Retrieved from Ministerio de turismo : [www.turismo.gob.ec/ecuador-presenta-la-oferta-turistica-del-pais-en-la-inauguracion-de-wtm/?fbclid=IwAR0lr6eGOt27u8E\\_mXVC3cZY5ZjYWJmkctgx2uS0pEWRQCrUa0dC-Y9G4B8](http://www.turismo.gob.ec/ecuador-presenta-la-oferta-turistica-del-pais-en-la-inauguracion-de-wtm/?fbclid=IwAR0lr6eGOt27u8E_mXVC3cZY5ZjYWJmkctgx2uS0pEWRQCrUa0dC-Y9G4B8)
- Ministerio de Turismo . (2015, marzo 24). *studylib*. Retrieved from studylib: <https://studylib.es/doc/6367319/reglamento-de-alojamiento-turistico>
- Ministerio de turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capitulo I articulo 3 literal 19: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo III de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>



- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo 1 artículo 3 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo I artículo literal 14 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo I artículo 3 literal 15 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo I artículo 3 literal 26 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo I artículo 3 literal 2 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo . (n.d.). *Reglamento de alojamiento turistico* . Retrieved from capítulo I artículo 3 literal 20 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2008, enero 09). *Reglamento general de actividades turisticas* . Retrieved from Capítulo 1 de losalojamientos : [www.turismo.gob.ec.com](http://www.turismo.gob.ec.com)
- Ministerio de Turismo. (2013, abril 06). *Ruta de lujo en el tren Ecuador*. Retrieved from Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/ruta-de-lujo-en-el-tren-ecuador/>
- Ministerio de Turismo. (2015, marzo 24). *Reglamento de alojamiento turistico*. Retrieved from capítulo III artículo 12 : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016, febrero 18). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Retrieved from Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Montaño Sánchez, F. (2004). Auditoria administrativa. *Revista Administrate Hoy*, 120.
- Ojeda, C., & Marmol, P. (2012). Marketing Turistico. Guia, informacion y asistencias turisticas. Agencias de viajes y gestion de eventos .Gestion de alojamientos turisticos . In C. Ojeda, & P. Marmol, *Marketing Turistico. Guia, informacion y asistencias turisticas. Agencias de viajes y gestion de eventos .Gestion de alojamientos turisticos* (p. 26). Espana : Paraninfo, SA .



- Organizacion Mundial de Turismo. (2016, noviembre 24). *Demanda Turistica*. Retrieved from Asesores en turismo Peru:  
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (2002, diciembre). Guia de estudio de mercado para la evaluación de proyectos. *Preparacion y evaluacion de proyectos*. Santiago de Chile, Chile.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelos de Negocios*. Barcelona, España: DEUSTO.
- Panosso , A. (2012). *Teoría del turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Pérez, J., & Gardey , A. (2010). *Definicion. De*. Retrieved from definicion de alojamiento :  
[https://definicion.de/alojamiento/?fbclid=IwAR1XOVAp2Q8\\_sKO6mfXsjW53M7lkj8NFXgZafTIDjrzmTuMQ-gKgjYTY3Lc](https://definicion.de/alojamiento/?fbclid=IwAR1XOVAp2Q8_sKO6mfXsjW53M7lkj8NFXgZafTIDjrzmTuMQ-gKgjYTY3Lc)
- Planeacion estrategica de la MKT. (2012, Julio 28). *Evaluacion del Plan de Marketing, Estrategico*. Retrieved from Hostelmedia:  
<https://sites.google.com/site/planeacionestrategicadelamkt/5-control-y-evaluacion-del-plan-de-negocios>
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la*. Cambridge: Copyright .
- Pride, W. (2014). *Marketing decisiones y conceptos básicos* . South Western : College.
- Publicaciones Vertices S.L. (2008). *MARTEKING TURISTICO*. España: Editrial Vertice.
- Rise, A., & Trout, J. (2002). *Posicionamiento*. Mexico: Serie de McGraw-Hill-Management.
- Serrano , A. L., Freire, S., Sanmartín , I., Espinoza, F., Farfán , K., Andrade, S., & Villafuerte, E. (2018). *INDICADORES TURÍSTICOS: OFERTA Y DEMANDA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL DE CUENCA - ECUADOR*. CUENCA: Departamento de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.
- Serrano López, A., Freire Chaglla, S., Sanmartín-Rojas, I., & Espinoza Figueroa, F. (2018). RECESIÓN EN LA OCUPACIÓN HOTELERA A PARTIR DE TRES ACONTECIMIENTOS: TERREMOTO, CIERRE DE AEROPUERTO, CONSTRUCCIÓN DE TRANVÍA. CASO CUENCA (ECUADOR). *Cuadernos de Turismo*, 465-479.
- Serrano, A. L., Freire, S., Sanmartin, L., & Espinoza, F. (2018, mayo). Boletin de indicadores turisticos del canton Cuenca. *Boletin de indicadores turisticos del canton Cuenca*. Cuenca, Azuay, Ecuador: imprefepp.



- SocialEtic. (2006). *Que es un triptico* . Retrieved from SOCIALmedia, Empresas y TIC:  
<https://www.socialetic.com/que-es-un-triptico.html>
- Spendolini, M. J. (1994). *Benchmarking*. Grupo Editorial Norma.
- Stanton, W., Etzel , M., & Walker, B. (1992). *fundamentos de Marketing*. Mexico: Coryright.
- Trout, J. (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.
- Turismo, M. d. (2017, febrero). *Catastro* . Cuenca, Azuay, Ecuador.
- turismoholera. (2012, julio 3). *administraionhotelera*. Retrieved from turismoholera:  
<http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>
- Ucha, F. (2009, Octubre ). *Definicion ABC* . Retrieved from Definicion ABC :  
<https://www.definicionabc.com/economia/administrativa.php>
- Villanueva, C. (2018). *la hoteleria cuencano*.
- Villena, E. (2003). *Técnico en hoteleria y tursimo* . Madrid: Cultural S.A.



## 4. Anexos

### Anexo 1. Formato de encuesta realizada.



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
HOTELERÍA

**Proyecto de Titulación:** "Diagnostico del Posicionamiento Competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado Turístico de Cuenca."

Encuestas para huéspedes enfocadas en la publicidad o promoción del establecimiento. El presente estudio es para recopilar información del Hostal que será de carácter confidencial a ser utilizada con fines académicos.

1. País: \_\_\_\_\_

2. Ciudad: \_\_\_\_\_

3. Edad

4. Género

1. M ☐

2. F ☐

5. Nivel de educación

- 1. Educación Inicial ☐
- 2. Básica ☐
- 3. Bachillerato ☐
- 4. Tercer nivel ☐
- 5. Posgrado ☐
- 6. Otros/ especifique \_\_\_\_\_

6. Motivo de visita: (Marque con una X)

- 1. Negocios ☐
- 2. Vacaciones/ turismo ☐
- 3. Visita familiar ☐
- 4. Salud ☐
- 5. Estudios/ intercambio ☐
- 6. Otros/ especifique \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es su presupuesto por noche en hospedaje?

- 1. \$20 a \$40 ☐
- 2. \$50 a \$100 ☐
- 3. \$101 a \$150 ☐
- 4. \$151 a \$200 ☐
- 5. Más de \$ 250 ☐

8. ¿Ha Realizado una reservación con anterioridad?

1. Si ☐

2. No ☐

En función a la respuesta en la pregunta 8 indique

9. ¿Qué medio utilizó para realizar su reserva?

- 1. Teléfono ☐
- 2. Redes sociales ☐
- 3. Recomendaciones ☐
- 4. Correo electrónico ☐
- 5. Portal web del establecimiento ☐
- 6. Agencia de viaje ☐
- 7. convenios empresariales ☐
- 8. Booking/ Expedia ☐
- 9. Otro/ especifique \_\_\_\_\_

10. ¿En qué medios conoció la publicidad del Hostal?

- 1. TV ☐
- 2. Tarjetas/ flyers ☐
- 3. Radio ☐
- 4. Redes sociales ☐
- 5. Internet ☐
- 6. Agencias de Viajes ☐
- 7. Página web oficial ☐
- 8. Revistas/ periódicos ☐
- 9. Booking/ Expedia ☐
- 10. Otros / especifique \_\_\_\_\_



Anexo2. Entrevista empleados del Hostal Posada del Ángel.



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
HOTELERIA

**Proyecto de Titulación:** "Diagnostico del Posicionamiento Competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado Turístico de Cuenca."

**11. El Hostal Posad del Ángel, ¿cumplió con todos los servicios ofertados?**

1. Si ☐  
2. No ☐

**12. ¿Le gustaría recibir notificaciones sobre ofertas y promociones del hostel?**

1. Si ☐  
2. No ☐

**13. ¿Qué es lo que más le gusto del hostel Posada del Ángel?**

1. Calidad-Precio ☐  
2. Atención al cliente ☐  
3. Instalaciones ☐  
4. Ninguno ☐

**14. ¿La publicidad que usted observo del Hostal Posada del Ángel es verídica de acuerdo a la presentación en su página web?**

1. Si ☐  
2. No ☐

**15. ¿Qué falencias ha detectado en el Hostal durante su estadía?**

1. Limpieza ☐  
2. Atención al cliente ☐  
3. Instalaciones ☐  
4. Seguridad ☐  
5. Alimentación ☐  
6. Otros especifique \_\_\_\_\_

**16. ¿Cómo fue la atención que usted recibió de parte del personal durante el ingreso al establecimiento?**

1. Muy satisfactorio ☐  
2. Satisfactorio ☐  
3. Medianamente ☐  
4. Insatisfactorio ☐  
5. Nada satisfactorio ☐

**Recomendaciones**

**Muchas gracias por su colaboración**

**Nota:** Encuesta para determinar la situación de promoción de un establecimiento de hospedaje, basada en [catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documento/s/lhr/morayta\\_r\\_m/apendiceA.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documento/s/lhr/morayta_r_m/apendiceA.pdf)





### Anexo3. Entrevista al Propietario del Hostal Posada del Ángel.



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
HOTELERIA

Proyecto de Titulación: "Diagnostico del Posicionamiento Competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado Turístico de Cuenca."

Entrevista al propietario del Hostal Posad del Ángel  
Herramienta de análisis del negocio

El objetivo de esta entrevista es: Analizar la situación actual de la empresa para recabar información necesaria para la elaboración del diagnóstico posicionamiento actual competitivo.

El presente estudio es para recopilar información del Hostal Posada del Ángel que será de carácter confidencial a ser utilizada con fines académicos.

PREGUNTAS:

1. ¿Cuándo inició operaciones la empresa Hostal Posada del Ángel?

2001

2. ¿Cómo inició sus operaciones el hostel?

En un principio la idea era una pensión para estudiantes, pero se analizó y era más rentable un hostel

3. ¿Tiene algunos objetivos que le gustaría cumplir con la empresa en un tiempo menor a un año?

SI



NO



¿Cuáles?

Mejorar los baños de las habitaciones

4. ¿Cómo considera el posicionamiento del hostel en el mercado turístico cuencano del hostel?

Esta muy bien posicionado dentro de los alojamientos de Cuenca

5. ¿Considera importante el desarrollo de un plan de marketing para impulsar el posicionamiento del hostel Posada del Ángel?

SI, porque cualquier mejora que se pueda aplicar sin es bien recibida

6. ¿Sabe quiénes son sus principales competidores?, ¿Podría mencionar tres principales competidores?

Iaca Real / Casa del Águila / Ines Ronda / Posada Cuencana



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
HOTELERÍA

Proyecto de Titulación: "Diagnostico del Posicionamiento Competitivo del Hostal Posada del Ángel en el mercado Turístico de Cuenca."

7. ¿Qué fortalezas ayudan a la potenciación del hostal respecto a la competencia?  
la atención personalizada y la atención directa de los dueños
8. ¿Qué aspecto(s) del hostal considera resaltar ante el mercado turístico cuencano?  
Conservación del Patrimonio de Cuenca
9. ¿Conoce las debilidades internas del Hostal? ¿Cuáles?  
SI ☒ NO ☐  
Falta de promoción en redes sociales
10. ¿Cómo considera que podría solucionar estos problemas?  
Invertiendo
11. ¿Cuáles son sus principales clientes?  
extranjeros de Europa y Estados Unidos
12. ¿Tiene convenio con empresas?  
SI ☒ NO ☐  
¿Cuales?  
Agencia de viaje Viventur ATC Ecole Viage





## 4.1 Diseño de tesis aprobado

---

# Diagnóstico de posicionamiento competitivo del Hostal “Posada del Ángel” en el mercado turístico de Cuenca

---

Mirian Cando Calle (mirian.cando@ucuenca.edu.ec)

Rosa Correa Armijos (rosa.correa@ucuenca.edu.ec)

### Resumen del proyecto de investigación

En la presente investigación se realizará un diagnóstico del posicionamiento competitivo para el hostal Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca. Fue estructurado en tres etapas metodológicas siendo las siguientes: situacional actual del establecimiento, estudio de mercado y competitividad en el mercado turístico de Cuenca y finalmente diagnóstico del nivel de posicionamiento del hostal Posada del Ángel.

En la primer punto se realizará a futuro la delimitación del área de estudio partiendo desde la ubicación del Hostal con relación a los centros de alojamiento en la ciudad, se realizará también un análisis interno y externo utilizando entrevistas con el personal y matrices como matriz FODA, CANVAS; que permitirán obtener un estudio más técnico con información actual del establecimiento.

Como segundo punto de la investigación, el estudio de mercado y competitiva, se analizará la oferta y la demanda del Hostal para terminar su competitividad ante los demás establecimientos. Para analizar la oferta se elaborará un cuadro descriptivo de los servicios, facilidades que brinda el hostal con sus respectivas



tarifas; en la demanda se efectuará un estudio donde se considerara aspectos como demanda histórica, demanda futura, demanda objetiva y demanda potencial. Se determinará también el perfil del visitante que llega al Hostal.

En el tercer punto se podrá definir un dialogo del nivel de posicionamiento del hostal Posada del Ángel turístico de Cuenca, y como recomendaciones se elaborará un plan publicitario el cual se compone de dos programas: trípticos promocionales, y la promoción de página web y redes sociales. Y finalmente se establecerán estrategias de marketing mix para minimizar falencias en el hostal. Dentro de los resultados se establecerá que es factible la elaboración del diagnóstico de posicionamiento ya que el Hostal presenta un desconocimiento de su potencial y nivel de competitividad como centro de hospedaje en el mercado cuencano.

## **Planteamiento del proyecto de investigación**

Los establecimientos Hoteleros en la actualidad necesitan estar informados de la percepción que el cliente tiene acerca del hostal, esto permite que el establecimiento obtenga un nivel de posicionamiento competitivo en su mercado. El objetivo de esta investigación es saber en qué rango de jerarquización y reconocimiento se encuentra el hostal Posada de Ángel, frente a los demás establecimientos hoteleros de tercera y cuarta categoría dentro de la ciudad de Cuenca, además para brindar información de conocimiento a los dueños del establecimiento del nivel de competencia que tiene en el mercado y de esa manera, ver qué medidas o estrategias deben tomar para mejorar su posicionamiento y conocer la percepción que el cliente tiene acerca del hostal.

Este tema se expone por el motivo de que cuando realizamos nuestras prácticas pre profesionales en el hostal se dieron diferentes observaciones una de ellas en que en el mes de Agosto y Septiembre, el hostal en todos sus días tubo un nivel alto de ocupación era rara vez que el hostal tenia disponibilidad, mientras que en el mes de Febrero y Marzo no hubo ese nivel que en los meses anteriores, pero si había un 50% de ocupación y de disponibilidad.



La importancia de realizar este proyecto de investigación radica en que hoy en día la imagen que proporciona un establecimiento hotelero es un eje fundamental, para sus clientes al momento que el cliente elige un hospedaje, pues se basa en las recomendaciones de su posicionamiento en la ciudad.

Por lo cual es de gran repercusión que todo establecimiento hotelero conozca su posicionamiento en su mercado competitivo, pues es la oferta que proporciona a sus huéspedes, además permitirá determinar el grado que este ocupa, y el nivel de servicio y de calidad que brinda el hostel a sus huéspedes para poder posteriormente aplicar las estrategias respectivas para poder mejorarlas.

El posicionamiento es un factor determinante en la constitución de la imagen de una organización y de esta depende la manera en que el público la perciba.

Para Kotler, Philip y Armstrong, la importancia del manejo del mercadeo dentro de las organizaciones es de vital importancia ya que de ella se desprenden diversos temas que ayudan a la rentabilidad de la organización, a su sostenimiento en el mercado y sobre todo a la fidelización del público objetivo, logrando obtener un producto o servicio eficaz que satisfaga las necesidades de los clientes.

El Hostel Posada del Ángel es parte de los establecimientos registrados en el catastro y está ubicado en una zona comercial, como es la calle Simón Bolívar, en su intersección con la calle Estévez de Toral.

## **Marco teórico**

Según Rise & Trout

“El posicionamiento comienza en un «producto». Un artículo, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona. Quizás usted mismo. Pero el posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que se hace con la mente de los probables clientes o personas a las que se quiere influir; o sea, cómo se ubica el producto en la mente de éstos. Por lo mismo, no es correcto llamar a este concepto «posicionamiento del producto», como si se le hiciera algo al producto en sí. Pero esto no quiere decir que el posicionamiento no comporte un cambio. Sí lo comporta: Pero los cambios que se hacen a los nombres, a los



precios y al embalaje no son en realidad cambios del producto mismo. Se trata sólo de cambios superficiales, en la apariencia, que se realizan con el propósito de conseguir una posición valiosa en la mente del cliente en perspectiva. El posicionamiento es también lo primero que viene a la mente cuando se trata de resolver el problema de cómo lograr ser escuchado en una sociedad sobrecomunicada".

Por otro lado Kotler & Armstrong del año 2012 "El posicionamiento significa hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los consumidores meta, en relación con los productos competidores los mercadólogos planean posiciones que distingan a sus productos de las marcas competidores. Los que les den la mayor ventaja estratégica en sus mercados meta".

Del mismo modo Ojeda & Marmol, expresa en el libro "Marketing Turístico. Guía, información y asistencias turísticas. Agencias de viajes y gestión de eventos. Gestión de alojamiento turístico". "El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los consumidores frente a los productos de la competencia.

Un punto clave en el posicionamiento son las estrategias de marketing a utilizar en los negocios como un método para lograr su meta específica, respondiendo las siguientes preguntas: ¿a qué mercado me voy dirigir?, ¿Qué percepción tendrá el consumidor ante el producto o servicio?, ¿Cómo cubrir las necesidades y deseos del consumidor?

Por lo cual se debe tener presente la segmentación de mercado que "es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un producto o servicio en varios grupos más pequeños de compradores homogéneos con la finalidad de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita, por un lado, satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y, por otro lado, alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. A cada uno de los grupos resultantes se les denomina segmentos de mercado". (Ojeda & Marmol, 2012)

Para lo cual es muy importante saber la demanda que este hostel posee es decir el deseo del huésped de adquirir un producto específico en función de la capacidad de compra determinada, es decir, cuando los deseos están respaldados por poder adquisitivo suficiente, se convierten en demanda.

A partir de sus deseos y sus recursos, las personas demandan productos cuyos beneficios sumen la mayor cantidad de valor y de satisfacción. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 6)

El producto es todo aquello que puede ser ofrecido en un mercado para su compra utilización o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. El concepto de producto no se limita a productos tangibles, sino que incluye también productos intangibles tales como servicios, destinos, actividades, experiencias, ideas, etc.

Para identificar el posicionamiento de Hostel Posada del Ángel se debe manejar el Marketing que Para Philip Kotler es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

La American Marketing Association (AMA) (asociación Americana de Marketing) ha propuesto varias definiciones de las que se señalan la siguiente:

En el año 2007: define al marketing como: la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor a los clientes, usuarios, socios la sociedad en general.

Por otro lado en el libro fundamentos del marketing menciona que: al reconocer los hombres de negocios que el marketing tiene una importancia vital para el éxito de cualquier organización, se desarrolló una filosofía de hacer negocios. "Conocidas como el concepto de marketing, que insiste en la orientación hacia el cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para lograr los objetivos de desempeño de la organización". (Stanton, Etzel, & Walker, 1992, pág. 9)



Es hostel todo centro que brinde en servicio de hospedaje que mediante un precio, preste al público en general este servicio y alimentación cuya capacidad no sea mayor a veintinueve ni menos de 12 habitaciones.

## Objetivos

### General

Analizar el posicionamiento competitivo del Hostal Posada del Ángel, en el mercado turístico de Cuenca.

### Específico

Diagnosticar el posicionamiento competitivo del hostel Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca.

Analizar la ubicación del hostel Posada del Ángel, con relación a los demás establecimientos de hospedaje a su alrededor.

Analizar la oferta y demanda que posee el Hostal mediante un estudio de mercado y competitividad.

Establecer estrategias de marketing, posicionamiento, oferta y demanda para que el hostel posicione en el mercado,

## Metodología de la investigación

Para poder llevar a cabo de manera exitosa la presente investigación se realizara de manera metodológica: cuantitativa y cualitativa en la cual se desarrollaran diferentes métodos y herramientas de aplicación dentro del establecimiento hotelero, con el fin de lograr recolectar información verdadera y eficiente para el su respectivo análisis.

Para la recopilación de datos de información de la situación actual de la empresa hotelera Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca, se realizara encuestas de preferencia de alojamiento a sus públicos externos e

internos, así como entrevistas a los empleados del establecimiento y de la asociación hotelera de Azuay de acuerdo a las necesidades de la investigación.

Identificar el posicionamiento mediante OTAS, para identificar el nivel de aceptación que tiene establecimiento Hostal Posada del Ángel.

Realizar entrevistas a los establecimientos competitivos directo con el Hostal Posada del Ángel, que permite identificar el nivel de competencia que tiene ante el mercado turístico.

#### Talento humano

RECURSO	DEDICACION	VALOR TOTAL
DIRECTOR	3 horas/ semana / 12 meses	900,00
ESTUDIANTES	20 horas semana / 12 meses	600,00
TOTAL		1500,00

#### Recursos materiales

Cantidad	Rubro	Valor
1	computadora	400,00
1	cámara fotográfica	200,00
1	modem	60,00
1 (red)	internet	20,00
	<b>Papelería</b>	
6	carpetas	3,00
280	fotocopias	4,00
1	Resma de papel bond A4	4,00
	<b>Trasporte</b>	
3 ( mensuales)	trasporte publico	20,00
Total		711,00



### Presupuesto

DIAGNOSTICO DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DEL HOSTAL  
POSADA DEL ÁNGEL EN EL MERCADO TURISTICO DE CUENCA.

CONCEPTO	APOORTE DEL ESTUDIANTE	OTROS APOORTES	VALOR TOTAL
<b>TALENTO HUMANO</b> INVESTIGADORES	1500,00		1500.00
<b>GASTOS DE MOVILIZACIÓN</b> TRANSPORTE SUBSISTENCIAS ALOJAMIENTO	10,00 30,00		10,00 30,00
<b>GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> INSUMOS MATERIAL DE ESCRITORIO BIBLIOGRAFÍA INTERNET	30,00 15,00		30,00 15,00
<b>EQUIPOS, LABORATORIOS Y MAQUINARIA</b> LABORATORIOS COMPUTADOR Y ACCESORIOS MÁQUINAS UTENSILIOS			
otros Imprevistos	100,00		10,00
total			1595,00





## Bibliografía

- Enrique, O. (2003). *Investigacion y estrategias turisticas* . Madrid: COPYRIGHT.
- Ismail, A. (2001). Operaciones y Procesos Hoteleros.Gestion del Alojamiento . En a. Ismail, *Operaciones y Procesos Hoteleros.Gestion del Alojamiento* (pág. 35). Espana : Paraninfo Thomson Learning .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Eduacion de Mexico.
- Kye-Sung, & Sparrowe, R. (2001). *Atencion al cliente en hostelería*. Madrid: COPYRIGHT.
- Ojeda, C., & Marmol, P. (2012). Marketing Turistico. Guia, informacion y asistencias turisticas. Agencias de viajes y gestion de eventos .Gestion de alojamientos turisticos . En C. Ojeda, & P. Marmol, *Marketing Turistico. Guia, informacion y asistencias turisticas. Agencias de viajes y gestion de eventos .Gestion de alojamientos turisticos* (pág. 26). Espana : Paraninfo, SA .
- Rise, A., & Trout, J. (s.f.). *Posicionamiento*. Mexico: Serie de McGraw-Hill-Management.
- Stanton, W., Etzel , M., & Walker, B. (1992). *fundamentos de Marketing*. Mexico: Coryright.
- Trout, J. (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.



## Esquema

### Contenido

- Resumen
- Abstracto
- Introducción
- Objetivo
  - General
  - Específico

### Capítulo 1. Hotelería — *Ampliar*

- 1.1 Establecimientos hoteleros
- 1.2 La hotelería
- 1.3 Breve historia de la hotelería
- 1.4 Normativa para los hoteles en el Ecuador
  - 1.4.1 Clasificación de Hostales
  - 1.4.2 Reglamento general
  - 1.4.3 categorización de hoteles por el Ministerio de Turismo
- 1.5 Planteamiento y formulación del problema
- 1.6 Justificación
- 1.7 Descripción del proceso metodológico
- 1.8 Datos generales del Hostal "Posada del Angel"
  - 1.8.1 ubicación
  - 1.8.2 Historia

### Capítulo 2. Posicionamiento

- 2.1 Conceptos de Posicionamiento según varios autores
- 2.2 Marketing
- 2.3 Promoción
- 2.4 Necesidad
- 2.5 Competencia
- 2.6 Producto hotelero
- 2.7 Servicio
- 2.8 Conceptos de Hostelería



2.9 Oferta y demanda turística

2.10 Comercialización

### Capítulo 3. Desarrollo y resultados

(ampliar)

3.1 Diagnostico situacional del Hostal Posada del Ángel

3.1.2 Geo referencia

3.2 Análisis interno

3.2.1 Área Administrativa

3.2.2 Análisis de la categorización del Hostal

3.3 Analisis externo

3.3.1 Análisis de factores externos

3.3.2 Análisis de la competencia

3.2 Matriz FODA del Hostal Posada del Ángel

3.2.1 Problema estratégico general

3.2.2 Solución estratégica general

3.2.2.1 Matriz CANVAS

3.2.3 Matriz FODA estratégico del Hostal Posada del Ángel

3.2.3 Análisis del Posicionamiento

3.2 Estudio de mercado

3.2.1 Análisis de la oferta

3.2.2 Análisis de la demanda

3.4 Perfil del visitante

3.4.1 Análisis general de las encuestas

3.5 Nivel actual de posicionamiento del Hostal Posada del Ángel

3.5.1 Estrategias de posicionamiento

3.5.2 Programa publicitario para mejorar su marketing

3.6 Conclusiones y recomendaciones

3.6.1 Conclusiones

3.6.2 Recomendaciones

Bibliografía



### Anexo

Fotos

Gráficos

Tablas informativas de facilidades y servicios de la oferta del establecimiento.

Formato de encuestas

Tablas de tabulación de las encuestas

Registro del catastro del Hostal Posada del Ángel

Matriz FODA

MATRIZ CANVAS